

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍAS FÍSICAS Y
FORMALES
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**



**IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES ASOCIADOS AL
ALTO FRACASO DE MIPYMES EN LA REGIÓN
AREQUIPA, PERÚ.**

**Para optar por el título profesional de:
INGENIERO INDUSTRIAL**

**Presentado por:
RONALD ALONSO CUEVA CHÁVEZ**

**AREQUIPA –PERÚ
2015**

Tabla de contenido

Resumen	11
Abstract.....	13
Introducción	15
Capítulo I: Planteamiento de la Investigación	16
1.1. Identificación del Problema	16
1.2. Descripción del Problema	16
1.3. Formulación del Problema	17
1.4. Justificación de la Investigación	17
1.5. Objetivos de la Investigación	18
1.5.1. General	18
1.5.2. Específicos.....	19
1.6. Hipótesis	19
1.6.1. General	19
1.6.2. Nula	19
1.6.3. Alternativas.....	20
1.6.4. Específicas.....	20
1.7. Variables	20
1.8. Marco Metodológico.....	23
1.8.1. Definición del Alcance	23
1.8.2. Diseño de Investigación.....	23
1.9. Marco Teórico	24
1.9.1. Definiciones de Pequeña y Mediana Empresa	24
1.9.2. Características de las Pequeñas Empresa	26
1.10. Antecedentes de la Investigación.....	27
1.11. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	30
1.12. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	31
1.13. Campo de Verificación	31
1.13.1. Población y Muestra	31
1.14. Estrategia para Recolección de Datos y Manejo de Resultados	32
1.14.1. Estrategia de Recolección de Datos	32
1.14.2. Estrategia de Manejo de Resultados Estadísticos	33
1.14.3. Cronograma de Actividades	33

Capítulo II: Marco Teórico	35
2.1. Antecedentes de la Investigación	35
2.2. Bases Teóricas	38
2.2.1. Definiciones de Micro, Pequeña y Mediana Empresa.	38
2.2.2. Características de las MIPYMES	41
2.3. Ley MIPYMES	42
2.3.1. Beneficios Generales para Microempresas.....	44
2.3.2. Beneficios en Capacitación, Asistencia Técnica y FIDECOM	45
2.4. Teoría básica de la Inversión	49
2.4. Literatura sobre el desarrollo de MIPYMES	51
2.4.1. Clase de Decisiones de la Empresa	55
2.5. Problemas en MIPYMES exportadoras	58
Capítulo III: Metodología y Selección de Métodos	61
3.1. Elección de Metodología Básica	61
3.1.1. Información Primaria	63
3.1.2. Información Secundaria	63
3.2. Población y Muestra	64
3.3. Métodos de Recolección de Información	64
3.4. Métodos de Análisis de Información	65
3.5. Suposiciones y Limitantes	66
Capítulo IV: Situación Actual de MIPYMES de Perú y Región Arequipa	68
4.1. Evaluación General de MIPYMES	68
4.1.1. Estadísticas Generales de las MIPYMES	68
4.2. MIPYMES por Actividad Económica.....	77
4.3. Empresariedad Nacional	79
4.3.1. Empresariedad Regional.....	80
4.4. Generación de Empleo y Aporte al PBI	85
4.4.1. Generación de Empleo	85
4.4.2. Aporte al PBI	86
4.5. Nivel de Educación de MYPEs	88
4.6. MIPYMES Exportadoras	89
4.6.1. Crecimiento de Exportaciones.....	89
4.6.2. Análisis de las Exportaciones	93
4.6.3. Análisis de las Exportaciones por Producto	97

Capítulo V: Evaluación de MIPYMES de la Región Arequipa	102
5.1. Metodología de Depuración y Selección de Datos	102
5.2. Estadística Descriptiva	109
5.2.1. Frecuencia de las Variables	109
5.2.2. Tablas de Contingencia en relación al Sector Industrial	120
5.2.3. Tablas de Contingencia en relación al Grupo de Exportación 1	127
Capítulo VI: Evaluación de MIPYMES de la Región Arequipa II	132
6.1. Selección de Empresas	132
6.2. Análisis Estadístico de las Empresas	134
6.2.1. Frecuencia de las Variables	134
6.2.2. Tablas de Contingencia en Relación al Sector Industrial	139
6.3. Selección de Empresas y Análisis Cualitativo	141
6.3.1. Elaboración de la Entrevista Semiestructurada	141
6.3.2. Metodología de Recolección de Datos y Análisis	143
6.3.3. Creación de Codificación Primaria	145
6.3.4. Creación de Codificación Secundaria	151
6.3.5. Comprobación-Creación de Hipótesis	179
6.4. Análisis de los Resultados	185
6.4.1. Factores Administrativos	185
6.4.2. Factores Operativos	186
6.4.3. Factores Estratégicos	187
6.4.4. Factores Externos	188
Capítulo VII: Perfil Estratégico	193
7.1. Idea General	193
7.2. Justificación	194
7.3. Población Destinataria	195
7.4. Planteamiento y Objetivos	196
7.4.1. Ingreso y Manejo	198
7.4.2. Servicios	198
7.5. Condiciones Críticas	201
Conclusiones	202
Recomendaciones	204
Referencias Bibliográficas	206
Anexos	208

Desarrollo de Instrumentos: Preguntas de la Encuesta a MIPYMES del Sector Exportador	208
Herramientas: Imágenes del uso del software Atlas.ti versión 7.0.....	211



Contenido de Cuadros

CUADRO 1: FACTORES LIMITANTES DE EMPRESAS. FUENTE: OKPARA & WYNN. ELABORACIÓN PROPIA	57
CUADRO 2: EVOLUCIÓN DE LAS MIPYMES FORMALES, 2009-2013. FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE 2013 ELABORACIÓN PROPIA	69
CUADRO 3: CRECIMIENTO TASA DE EMPRESARIALIDAD, 2009-2013. FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE, 2013. ELABORACIÓN PROPIA	80
CUADRO 4: NIVEL DE EDUCACIÓN DE LA MYPE. FUENTE: INEI-CONAHO. ELABORACIÓN PROPIA.....	88
CUADRO 5: PROPORCIÓN PROMEDIO DE EMPRESAS EXPORTADORAS. . FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE, 2013. ELABORACIÓN PROPIA	91
CUADRO 6: PARTICIPACIÓN POR MONTO EXPORTADO. FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE, 2013. ELABORACIÓN PROPIA	93
CUADRO 7: CANTIDAD DE MESES QUE HUBO SALIDAS DE EXPORTACIÓN EN 2010. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	110
CUADRO 8: CANTIDAD DE MESES QUE HUBO SALIDAS DE EXPORTACIÓN EN 2011. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	111
CUADRO 9: CANTIDAD DE MESES QUE HUBO SALIDAS DE EXPORTACIÓN EN 2012. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	111
CUADRO 10: CANTIDAD DE MESES QUE HUBO SALIDAS DE EXPORTACIÓN EN 2013. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	112
CUADRO 11: CANTIDAD DE MESES QUE HUBO SALIDAS DE EXPORTACIÓN EN 2014. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	112
CUADRO 12: SECTOR PRODUCTIVO AL QUE PERTENECEN LAS MIPYMES EXPORTADORAS EN 2010. FUENTE: SUNAT- PROMPERÚ ELABORACIÓN: PROPIA	114
CUADRO 13: SECTOR PRODUCTIVO AL QUE PERTENECEN LAS MIPYMES EXPORTADORAS EN 2011. FUENTE: SUNAT- PROMPERÚ ELABORACIÓN: PROPIA	114
CUADRO 14: SECTOR PRODUCTIVO AL QUE PERTENECEN LAS MIPYMES EXPORTADORAS EN 2012. FUENTE: SUNAT- PROMPERÚ ELABORACIÓN: PROPIA	115
CUADRO 15: SECTOR PRODUCTIVO AL QUE PERTENECEN LAS MIPYMES EXPORTADORAS EN 2013. FUENTE: SUNAT- PROMPERÚ ELABORACIÓN: PROPIA	115
CUADRO 16: SECTOR PRODUCTIVO AL QUE PERTENECEN LAS MIPYMES EXPORTADORAS EN 2014. FUENTE: SUNAT- PROMPERÚ ELABORACIÓN: PROPIA	116
CUADRO 17: VALOR FOB EN US\$ RECIBIDO POR MIPYMES EN 2010. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	117
CUADRO 18: VALOR FOB EN US\$ RECIBIDO POR MIPYMES EN 2011. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	118
CUADRO 19: VALOR FOB EN US\$ RECIBIDO POR MIPYMES EN 2012. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	118
CUADRO 20: VALOR FOB EN US\$ RECIBIDO POR MIPYMES EN 2013. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	119
CUADRO 21: VALOR FOB EN US\$ RECIBIDO POR MIPYMES EN 2014. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	119
CUADRO 22: RELACIÓN DE VALOR FOB US\$ RECIBIDO CON SECTOR DE MIPYMES EN 2010. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	121
CUADRO 23: RELACIÓN DE VALOR FOB US\$ RECIBIDO CON SECTOR DE MIPYMES EN 2011. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	121
CUADRO 24: RELACIÓN DE VALOR FOB US\$ RECIBIDO CON SECTOR DE MIPYMES EN 2012. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	122
CUADRO 25: RELACIÓN DE VALOR FOB US\$ RECIBIDO CON SECTOR DE MIPYMES EN 2013. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	122
CUADRO 26: RELACIÓN DE VALOR FOB US\$ RECIBIDO CON SECTOR DE MIPYMES EN 2014. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	123
CUADRO 27: RELACIÓN DE CANTIDAD DE MESES QUE HUBO SALIDAS CON SECTOR DE MIPYMES EN 2010. FUENTE: SUNAT- PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	124

CUADRO 28: RELACIÓN DE CANTIDAD DE MESES QUE HUBO SALIDAS CON SECTOR DE MIPYMES EN 2011. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	125
CUADRO 29: RELACIÓN DE CANTIDAD DE MESES QUE HUBO SALIDAS CON SECTOR DE MIPYMES EN 2012. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	125
CUADRO 30: RELACIÓN DE CANTIDAD DE MESES QUE HUBO SALIDAS CON SECTOR DE MIPYMES EN 2013. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	126
CUADRO 31: RELACIÓN DE CANTIDAD DE MESES QUE HUBO SALIDAS CON SECTOR DE MIPYMES EN 2014. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	126
CUADRO 32: RELACIÓN G1 CON SECTOR INDUSTRIAL DE MIPYMES EN 2010. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	127
CUADRO 33: RELACIÓN G1 CON SECTOR INDUSTRIAL DE MIPYMES EN 2011. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	128
CUADRO 34: RELACIÓN G1 CON SECTOR INDUSTRIAL DE MIPYMES EN 2012. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	128
CUADRO 35: RELACIÓN G1 CON SECTOR INDUSTRIAL DE MIPYMES EN 2013. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	129
CUADRO 36: RELACIÓN G1 CON VALOR FOB EN US\$ DE MIPYMES EN 2010. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	130
CUADRO 37: RELACIÓN G1 CON VALOR FOB EN US\$ DE MIPYMES EN 2012. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	130
CUADRO 38: CANTIDAD DE MESES QUE HUBO SALIDAS DE EXPORTACIÓN EN 2010. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	134
CUADRO 39: CANTIDAD DE MESES QUE HUBO SALIDAS DE EXPORTACIÓN EN 2011. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	134
CUADRO 40: CANTIDAD DE MESES QUE HUBO SALIDAS DE EXPORTACIÓN EN 2012. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	135
CUADRO 41: CANTIDAD DE MESES QUE HUBO SALIDAS DE EXPORTACIÓN EN 2013. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	135
CUADRO 42: SECTOR PRODUCTIVO AL QUE PERTENECEN LAS MIPYMES EXPORTADORAS EN 2010. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ ELABORACIÓN: PROPIA	136
CUADRO 43: SECTOR PRODUCTIVO AL QUE PERTENECEN LAS MIPYMES EXPORTADORAS EN 2011, 2012 Y 2013.....	136
CUADRO 44: VALOR FOB EN US\$ RECIBIDO POR MIPYMES EN 2010. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	137
CUADRO 45: VALOR FOB EN US\$ RECIBIDO POR MIPYMES EN 2010. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	137
CUADRO 46: VALOR FOB EN US\$ RECIBIDO POR MIPYMES EN 2013. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	138
CUADRO 47: VALOR FOB EN US\$ RECIBIDO POR MIPYMES EN 2012. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	138
CUADRO 48: PROPORCIÓN DE EMPRESARIOS ENTREVISTADOS SEGÚN SU GÉNERO. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA	147
CUADRO 49: PROPORCIÓN DE EMPRESARIOS ENTREVISTADOS SEGÚN SU NIVEL EDUCATIVO. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA	148
CUADRO 50: PROPORCIÓN DE EMPRESAS EN BASE A SUS AÑOS DE FUNCIONAMIENTO. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA.	149
CUADRO 51: PROPORCIÓN DE EMPRESAS EN BASE AL SECTOR INDUSTRIAL DONDE ACTÚAN. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA.	149
CUADRO 52: CODIFICACIÓN SECUNDARIA PARA EXPERIENCIA EN LA APERTURA DEL NEGOCIO. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA	151
CUADRO 53: CODIFICACIÓN SECUNDARIA PARA PERSONAL DEL NEGOCIO. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA.....	154
CUADRO 54: CODIFICACIÓN SECUNDARIA PARA FINANCIAMIENTO DEL NEGOCIO. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA	158
CUADRO 55: CODIFICACIÓN SECUNDARIA PARA FINANCIAMIENTO DEL NEGOCIO. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA	159

CUADRO 56: CODIFICACIÓN SECUNDARIA PARA PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA	160
CUADRO 57: CODIFICACIÓN SECUNDARIA PARA CARENCIAS QUE MUESTRA EL NEGOCIO. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA	163
CUADRO 58: CODIFICACIÓN SECUNDARIA PARA ABANDONO DE EXPORTACIÓN EN PROBLEMAS INTERNOS. FUENTE: PROPIA.	167
CUADRO 59: CODIFICACIÓN SECUNDARIA PARA EL PROBLEMA EXTERNO DE OLIGOPOLIO EN EMPRESAS TEXTILES Y DE PIELS- CUEROS.	171
CUADRO 60: CODIFICACIÓN SECUNDARIA PARA EL PROBLEMA EXTERNO DE INEFICIENCIA DEL GOBIERNO. FUENTE: PROPIA.	175
CUADRO 61: RELACIÓN DE CRÍTICAS AL GOBIERNO CON INEFICIENCIAS. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA	175
CUADRO 62: FACTORES QUE AFECTAN A LAS MIPYMES EXPORTADORAS. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA	192

Contenido de Tablas

TABLA 1: DEFINICIÓN DE VARIABLES. ELABORACIÓN PROPIA	21
TABLA 2: DEFINICIÓN DE VARIABLES. ELABORACIÓN PROPIA	22
TABLA 3: CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS SEGÚN NÚMERO DE EMPLEADOS Y ACTIVIDAD. FUENTE: B. FRANKLIN. ELABORACIÓN PROPIA	25
TABLA 4: CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS SEGÚN NÚMERO DE EMPLEADOS Y VENTAS ANUALES. FUENTE: B. FRANKLIN. ELABORACIÓN PROPIA	25
TABLA 5: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES. ELABORACIÓN PROPIA	34
TABLA 6: CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS SEGÚN NÚMERO DE EMPLEADOS Y ACTIVIDAD. FUENTE: B. FRANKLIN. ELABORACIÓN PROPIA	39
TABLA 7: CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS SEGÚN NÚMERO DE EMPLEADOS Y VENTAS ANUALES. FUENTE: B. FRANKLIN. ELABORACIÓN PROPIA	39
TABLA 8: TAMAÑO DE LAS EMPRESAS SEGÚN EL ESTADO PERUANO. FUENTE: MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN. ELABORACIÓN PROPIA	42
TABLA 9: CARACTERÍSTICAS MIPYMES. FUENTE: DIVERSA. ELABORACIÓN PROPIA	48
TABLA 10: DECISIONES DE LA EMPRESA SEGÚN ANSOFF. FUENTE: AVOLIO ET AL. ELABORACIÓN PROPIA	57
TABLA 11: FUENTES DE EVIDENCIA EN INVESTIGACIÓN CUALITATIVA FUENTE: YIN ET AL. ELABORACIÓN PROPIA	62
TABLA 12: EMPRESAS FORMALES SEGÚN SEGMENTO EMPRESARIAL. FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE 2013 ELABORACIÓN PROPIA	70
TABLA 13: EMPRESAS FORMALES SEGÚN TIPO DE CONTRIBUYENTE, 2009-2013. FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE 2013. ELABORACIÓN PROPIA	71
TABLA 14: MIPYMES FORMALES SEGÚN TIPO DE CONTRIBUYENTE Y ESTRATO EMPRESARIAL, 2009-2013. FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE, 2013. ELABORACIÓN PROPIA	72
TABLA 15: MIPYMES POR ESTRATO EMPRESARIAL SEGÚN NÚMERO DE TRABAJADORES, 2013. FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE, 2013. ELABORACIÓN PROPIA	73
TABLA 16: CRECIMIENTO DE MIPYMES POR REGIÓN, 2009-2013. FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE, 2013. ELABORACIÓN PROPIA	75
TABLA 17: COMPOSICIÓN MIPYMES POR REGIÓN, 2013. FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE, 2013. ELABORACIÓN PROPIA	77
TABLA 18: COMPOSICIÓN DE SECTORES DE MIPYMES, 2013. FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE, 2013. ELABORACIÓN PROPIA	78
TABLA 190: APOORTE A EMPLEO POR TAMAÑO DE EMPRESA. FUENTE: INEI-ULPYME. ELABORACIÓN PROPIA	85
TABLA 201: APOORTE A PIB POR TAMAÑO DE EMPRESA. FUENTE: INEI-ULPYME. ELABORACIÓN PROPIA	86
TABLA 212: PARTICIPACIÓN DE MIPYMES EN PBI. FUENTE: INEI-CONAHO ELABORACIÓN PROPIA	87
TABLA 223: CRECIMIENTO DE MIPYMES EXPORTADORAS, 2009-2013. . FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE, 2013. ELABORACIÓN PROPIA	90
TABLA 234: PARTICIPACIÓN POR MONTO EXPORTADO. FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE, 2013. ELABORACIÓN PROPIA	92

TABLA 245: CONCENTRACIÓN POR SECTORES DE MONTO EXPORTADO. . FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE, 2013. ELABORACIÓN PROPIA	94
TABLA 256: PARTICIPACIÓN DE MIPYMES POR SECTOR DE EXPORTACIÓN. . FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE, 2013. ELABORACIÓN PROPIA	96
TABLA 267: INTENSIDAD TECNOLÓGICA EN EXPORTACIONES. . FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE, 2013. ELABORACIÓN PROPIA	97
TABLA 278: MAYORES EXPORTACIONES POR PRODUCTO POR TAMAÑO DE EMPRESA. . FUENTE: SUNAT, REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE, 2013. ELABORACIÓN PROPIA	99
TABLA 280: RATIO DE EMPRESAS G1 QUE DEJARON DE EXPORTAR. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ ELABORACIÓN: PROPIA	106
TABLA 291: NÚMERO DE EMPRESAS POR GRUPO DE EXPORTACIÓN. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ ELABORACIÓN: PROPIA	107
TABLA 302: CANTIDAD DE EMPRESAS AREQUIPEÑAS QUE EXPORTARON CADA AÑO, 2010-2014. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ ELABORACIÓN: PROPIA	108
TABLA 313: CLASIFICACIÓN DEL TAMAÑO DE EMPRESA SEGÚN MONTO EXPORTADO. FUENTE: MINCETUR. ELABORACIÓN: PROPIA	117
TABLA 324: POBLACIÓN DE MIPYMES AREQUIPEÑAS A EVALUAR PERTENECIENTES AL G3Y G4. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	133
TABLA 335: RELACIÓN DE VALOR FOB US\$ RECIBIDO CON SECTOR DE MIPYMES EN 2010. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ.	139
TABLA 346: RELACIÓN DE VALOR FOB US\$ RECIBIDO CON SECTOR DE MIPYMES EN 2011. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ.	139
TABLA 357: RELACIÓN DE VALOR FOB US\$ RECIBIDO CON SECTOR DE MIPYMES EN 2012. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ.	140
TABLA 368: CÓDIGOS PRIMARIOS UTILIZADOS PARA INICIAR EL ANÁLISIS CUALITATIVO EN ATLAS.TI. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA	145
TABLA 379: CUADRO DE FRECUENCIAS DE ENTREVISTADOS Y SUS FACTORES. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ	191
TABLA 40: SERVICIOS BÁSICOS EN EMPRESA DE CONSULTORÍA. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA.....	199

Contenido de Imágenes

IMAGEN 1: COMPOSICIÓN DE EXPORTACIONES DEL PERÚ. FUENTE: ATLAS DE COMPETITIVIDAD ECONÓMICA, UNIVERSIDAD DE HARVARD. ELABORACIÓN: CENTRO PARA EL DESARROLLO INTERNACIONAL EN LA UNIVERSIDAD DE HARVARD.....	100
IMAGEN 2: COMPOSICIÓN DE EXPORTACIONES DEL PERÚ; 2000, 2005, 2009 Y 2012. FUENTE: ATLAS DE COMPETITIVIDAD ECONÓMICA, UNIVERSIDAD DE HARVARD. ELABORACIÓN: CENTRO PARA EL DESARROLLO INTERNACIONAL EN LA UNIVERSIDAD DE HARVARD.....	101
IMAGEN 3: BASE DE DATOS ORIGINAL PROMPERÚ. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ ELABORACIÓN: PROMPERÚ.....	103
IMAGEN 4: CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS POR AÑO EXPORTADO. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ ELABORACIÓN: PROPIA...	104
IMAGEN 5: RECONOCIMIENTO DE NUEVAS EMPRESAS POR AÑO Y SUS EXPORTACIONES. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ ELABORACIÓN: PROPIA	105
IMAGEN 6: EMPRESAS AREQUIPEÑAS QUE EXPORTARON POR AÑO. FUENTE: SUNAT-PROMPERÚ. ELABORACIÓN: PROPIA	109
IMAGEN 7: ADMINISTRADOR DE LOS CÓDIGOS CREADOS PARA ESTA INVESTIGACIÓN EN ATLAS.TI. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA.	150
IMAGEN 8: RELACIÓN FALTA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA CON CARENCIA DE ÉSTA. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA	180
IMAGEN 9: RELACIÓN FINANCIAMIENTO CON CARENCIA DE ÉSTA. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA.....	181
IMAGEN 10: RELACIÓN PERSONAL PROPIO CON CARENCIA DEL MISMO. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN: PROPIA	182
IMAGEN 11: USO ATLAS.TI 1. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN PROPIA	211
IMAGEN 12: MAPA DE REDES ATLAS.TI. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN PROPIA.....	212
IMAGEN 13: MAPA DE REDES ATLAS.TI. FUENTE: PROPIA. ELABORACIÓN PROPIA.....	212

A Dios por estar presente en cada momento, a mis padres por todo el apoyo en cada instante de este proceso, a mi familia y amigos cercanos por la motivación. Y, especialmente a Manolo, Jorge y Mateo que me indican el norte.



Resumen

La presente investigación está enfocada a encontrar los factores que están limitando a las MIPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas) del sector exportador en la región de Arequipa. Para tal objetivo se trabajó principalmente con un análisis cualitativo realizado a través de la información obtenida a partir de entrevistas semiestructuradas a empresas del rubro identificadas a través de una base de datos adquirida gracias a PromPerú a través de la SUNAT. El marco teórico base utilizado como guía fue el de Okpara & Wynn, quienes realizaron un estudio similar para el caso de Nigeria, en África occidental.

La base de datos original que contaba con información de más de 700 empresas para los años 2010-2014, fue seleccionada y depurada hasta identificar empresas domiciliadas en cualquier provincia de la región de Arequipa y que hayan exportado por lo menos 3 años seguidos. Sin embargo, los resultados del presente estudio también pueden considerarse válidos para MIPYMES que no sean exportadoras, al encontrarse factores tanto internos como externos que afectan a estas empresas independientemente del rubro en el que actúen.

Antes de nombrar los principales resultados, es importante mencionar que en los capítulos cuarto y quinto existe un análisis descriptivo de las MIPYMES en Perú y de las MIPYMES en Arequipa, respectivamente. El primer análisis es sobre todo un marco referencial de las MIPYMES con información obtenida a través del Ministerio de la Producción; el segundo análisis es propio, trabajado con la base de datos original de PromPerú, en donde se realiza una estadística descriptiva de en promedio 350 empresas arequipeñas.

Para llegar a analizar la data de manera cualitativa se utilizó el software Atlas.ti que permitió realizar una mejor codificación de las entrevistas y los principales temas hallados en cada documento primario. Los resultados finales se clasificaron en las siguientes ramas: Administrativos, Operativos, Estratégicos y Externos. Dentro de los administrativos se identificó la propia administración del negocio, al no tener sus dueños estudios o experiencia previa en el manejo de negocios, así como una escasez de herramientas de gestión. Con respecto a los factores operativos se encontraron como los más importantes las gestiones de mercadeo, y la gestión de la producción y logística con métodos bastante empíricos. Los factores estratégicos tienen verdadera importancia, al identificarse la carencia de financiamiento debida sobre todo al alto costo del crédito y la casi nula práctica de planificación y visión a largo plazo de estas empresas. Para los factores externos, se señaló la ineficiencia del Gobierno y la falta de acción para con ciertas políticas, y también aspectos internacionales como el cambio en la demanda externa debido a un cambios en el comportamiento de los consumidores luego de la gran recesión del 2008 y sus efectos.

Abstract

This research aims to find the factors constraining micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs) in the exporting sector in the Arequipa region. For such a purpose, qualitative analysis was mainly used through the information gathered via interviews to enterprises of the exports industry, identified out of a database obtained by PromPerú through SUNAT (the customs and taxation enforcer organization in Peru).

The basic guide literature review was the one of Okpara & Wynn, who realized a similar study case for Nigeria, in Sub-Saharan Africa.

The original database had information of more than 700 businesses for the 2010-2014 period, which was selected and reduced until the identification of enterprises based in any province in the Arequipa region and, also, that had exported for at least 3 years in a row. However, the results presented in this thesis may work for MSMEs that do not belong to the exports industry, having been found internal and external factors affecting these enterprises regardless of the industry where they belong to.

Before naming the main results, it is important to mention that chapters four and five include a descriptive analysis of MSMEs in Peru and in Arequipa, respectively. The first one is primarily a referential framework of these enterprises through the information obtained by the Production Ministry; the second one is a total self-done analysis, worked through PromPerú's database, where a descriptive statistics of an average of 350 Arequipa businesses is done.

Software Atlas.ti was used to analyze the data through a qualitative method, in order to have a better codification of the interviews and the main themes identified in each

primary document. The results were classified into the following types: Managerial, Operational, Strategic and External. Within the managerial ones, the self-business administration was identified as an important one, not having the business owners, studies or a previous experience in the management of enterprises. Likewise is the shortage of management tools. Regarding the operational factors, the most important ones where the marketing management, and also the production and logistics methods which were proved to be too empirical. The strategic factors had a relative importance, due to the lack of capital funding because of the high cost of credit and also the almost none practice of strategic planning and long-term vision of the mentioned businesses. For the external factors, the inefficiency of the Government and the lack of action to certain political moves were pointed. Moreover, international aspects where marked, as a change in the external demand due to the change in the consumers' behavior after the 2008 great recession and its effects.

Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) son un sector clave en la economía peruana, representan aproximadamente el 98% del número total de empresas en el país, y su aporte al empleo ronda el 64%, se entiende entonces su importancia al producto peruano que es cercano al 42% y como tal, ser generadoras de empleo y movilizadoras de la economía.

Sin embargo, sólo el 20% de éstas obtiene ganancias del negocio, y 8 de cada 10 fracasan en sus primeros 5 años según investigaciones y estadísticas realizadas ¿A qué se debe este problema? ¿Qué soluciones se proponen para motivar y defender a las llamadas MIPYMES?

La presente investigación busca conocer los principales factores que causan el alto fracaso de estas empresas enfocado principalmente en el sector exportador así como las limitantes para su crecimiento a fin de proponer soluciones que aporten a su desarrollo.

Capítulo I: Planteamiento de la Investigación

Parte I: Planteamiento Teórico

1.1. Identificación del Problema

Según estudios del Comité de la Pequeña Industria de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) basados en datos de la SUNAT y COFIDE el 60% de las nuevas MIPYMES muere durante los dos primeros años de vida y sólo un 20% obtiene ganancias del negocio. En promedio se crean más de 300 000 nuevas MIPYMES en Perú pero sólo una tercera parte de ellas logra sobrevivir. Entonces ¿Cuáles son los principales factores que influyen en este ratio de fracaso tan alto?

1.2. Descripción del Problema

Existen alrededor de 4 millones de micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú, que representan el 98% del empresariado nacional. En general se crean al año 300 000 MIPYMES sin embargo sólo 100 000 de ellas logran sobrevivir al primer año. Según estadísticas, el 60% de las nuevas MIPYMES desaparece durante los 2 primeros años de vida. Estas empresas aportan entre un 40 y 45% al PBI del país y emplean a casi el 60% de la PEA. Indudablemente se entiende que el accionar de estas empresas es vital para continuar creciendo como país pero sobre todo para emplear a gran parte de los peruanos. Sin embargo son varios los problemas que aquejan a las MIPYMES, tales como

las habilidades gerenciales del equipo directivo, los métodos y costos del crédito, la imperfección del mercado, entre otros, que forman parte de la alta tasa de desaparición de esta clase de empresas.

De esta manera, el presente estudio está enfocado en el sector de MIPYMES exportadoras y la problemática en el alto fracaso de las mismas, entendiéndose las limitantes que muchas veces no les permiten avanzar y de tal manera causar un abandono de la actividad exportadora, con las consecuencias que lo mismo acarrea.

1.3. Formulación del Problema

- ¿Cuáles son los limitantes de crecimiento de las MIPYMES exportadoras?
- ¿Existe una relación entre el abandono de la actividad exportadora con el fracaso de MIPYMES?
- ¿Qué soluciones pueden plantearse para que disminuyan estas limitaciones al sector?

1.4. Justificación de la Investigación

La presente investigación busca determinar cuáles son las causas o factores que influyen en el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas exportadoras en la región, y que por tanto contribuyen en el cierre del 67% de las MYPES nacientes. Revisada la literatura local no se encontró alguna investigación que permita relacionar factores de riesgo con los índices de fracaso de las empresas o abandono de la actividad. Es así que

el presente trabajo servirá para dar un mayor enfoque de estudio a las MIPYMES en países en vías de desarrollo como el nuestro, y poder otorgar conocimiento que sea no sólo académico pero sino también utilizado por gestores de políticas y acciones públicas.

Además, este estudio justifica su realización puesto que con los resultados obtenidos se podrá saber el porqué de las altas tasas de fracaso, limitantes de desarrollo de MIPYMES exportadoras, causantes de abandono de la actividad y otros, que hacen que un gran número de empresas desaparezcan al año.

Se podrá comprobar cómo es que afectan las tasas de interés nacionales así como otros factores al desarrollo de los nuevos emprendimientos y por tanto servir de base para estudios posteriores de cómo generar emprendimiento sostenible en el tiempo. Apoyando éste a los nuevos empresarios y también como información para gestores de políticas nacionales.

Dentro de la factibilidad del mismo, se cuenta con recursos, literatura especializada, tiempo y conocimientos metodológicos.

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. General

- Determinar los principales factores limitantes para las MIPYMES exportadoras que influyen en su índice de fracaso.

1.5.2. Específicos

- Realizar el diagnóstico y analizar los factores que influyen y limitan el desarrollo de las MIPYMES exportadoras.
- Determinar cuáles son los principales factores que influyen en el abandono de la actividad exportadora.
- Proponer soluciones para contrarrestar los factores internos y externos que perjudican a estas MIPYMES.

1.6. Hipótesis

1.6.1. General

- Las tasas de interés activas para el crédito a MIPYMES, la falta de planeamiento y la inexperiencia de los empresarios en Arequipa son los principales factores limitantes de las MIPYMES del sector exportación.

1.6.2. Nula

- Las tasas de interés activas para el crédito a MIPYMES, la falta de planeamiento y la inexperiencia de los empresarios en Arequipa no son los principales factores limitantes de las MIPYMES del sector exportación.

1.6.3. Alternativas

- La falta de apoyo del Gobierno es el principal factor limitante de las MIPYMES del sector exportación.
- Los costos productivos dentro de las MIPYMES son el principal factor limitante de las MIPYMES del sector exportación.

1.6.4. Específicas

- El índice de fracaso de MIPYMES exportadoras en Perú podría reducirse con formas de financiamiento menos costosas.
- El acceso al crédito por las MIPYMES podría incrementarse al reducir las tasas de interés activas.

1.7. Variables

Hipótesis			Variables	Definición Conceptual
Las tasas de interés activas para el crédito a MIPYMES, la falta de planeamiento y la inexperiencia de los empresarios en Perú son los principales factores limitantes de las MIPYMES del sector exportación.			Independiente: Tasas de Interés Activas, Planeamiento Estratégico y la experiencia de los empresarios.	Tasa de Interés Activas: Precio del dinero que un inversionista debe recibir, del deudor, a raíz de haber usado su dinero durante cierto período. Comúnmente referido a agentes bancarios. Planeamiento Estratégico: Visión a largo plazo, objetivos y estrategias documentadas del negocio. Experiencia de Empresarios: Conocimiento previo de los empresarios en materia de gestión y rubro del negocio por antecedentes familiares y /o estudios relacionados.
			Dependiente: Abandono de actividad exportadora	Cantidad de MIPYMES que han abandonado la actividad exportadora.

Tabla 1: Definición de variables. Elaboración Propia

Hipótesis	Variables		Definición Operacional
La falta de apoyo del Gobierno es el principal factor del abandono de la actividad exportadora.	Independiente: Apoyo del Gobierno		Actividad y programas del Gobierno en pro de la actividad exportadora de MIPYMES.
	Dependiente: Abandono de actividad exportadora		Cantidad de MIPYMES que han abandonado la actividad exportadora.

Tabla 2: Definición de variables. Elaboración Propia

1.8. Marco Metodológico

El marco metodológico a seguir, comprende los siguientes aspectos:

1.8.1. Definición del Alcance

El nivel de investigación es explicativo ya que busca responder por las causas del alto índice de fracaso de MIPYMES en Perú, enfocado en los casos de la actividad exportadora. Por lo tanto se encuentra dirigido a encontrar las limitantes que conllevan al abandono de la actividad, y explicar el por qué ocurre este fenómeno y las condiciones en que se manifiesta.

1.8.2. Diseño de Investigación

La investigación será a nivel de Campo y Documental, ya que se obtendrá y analizará datos provenientes de fuentes primarias (propios casos de MIPYMES) y fuentes secundarias como estadísticas nacionales, materiales impresos, investigaciones previas, etc. Asimismo se usarán datos provenientes de fuentes como las financieras nacionales, agentes y cámaras como la Cámara PYME de Arequipa, Cámara de Comercio de Arequipa, PromPerú, etc.

1.9. Marco Teórico

1.9.1. Definiciones de Pequeña y Mediana Empresa

El primer punto a definir en nuestra investigación es que no existe una definición o concepto general aceptado sobre las pequeñas y medianas empresas.

Las preguntas más lógicas serían entonces: ¿Qué es una empresa? Y por su extensión ¿Qué es una pequeña empresa? ¿Bajo qué criterio se califica a una compañía como una pequeña o mediana empresa?

Según Ude (1999:2) una pequeña empresa es *“cualquier empresa de negocios moderna, incluyendo actividades manufactureras o no manufactureras en comercio, servicio, mantenimiento, distribución, construcción y producción, que utilizan un limitado desembolso de capital”*. La administración y gerencia de tal tipo de empresas queda a cargo de una o en demás dos o tres personas que hacen todas las decisiones importantes en el negocio. (Ude, 1999, p. 2)

Según la definición planteada, las pequeñas empresas pueden ser descritas como una aventura privada que es normalmente operada por el dueño, quien toma el control de las operaciones y decisiones. Además su abastecimiento de capital está normalmente limitado, o está garantizado por el propietario y no se cotiza en bolsa.

La mayoría de pequeñas empresas son negocios familiares, en donde el dueño y el administrador son la misma persona y donde los miembros de la familia están normalmente involucrados (Bengt & Hans, 1999).

Benjamín Franklin (2007, p. 22) plantea la clasificación de empresas según el número de empleados y su actividad así como por el número de empleados y las ventas anuales de la empresa:

Tamaño de la Empresa	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-30	0-5	0-20
Pequeña	31-100	6-20	21-50
Mediana	101-500	21-100	51-100
Grande	501 o más	101 o más	101 o más

Tabla 3: Clasificación de empresas según número de empleados y actividad. Fuente: B. Franklin. Elaboración Propia

Tamaño de la Empresa	Número de Empleados Permanentes	Ventas Anuales
Micro	De 1 a 115	Menos de 110
Pequeña	De 16 a 100	De 111 a 1115
Mediana	De 101 a 25	De 1116 a 2010
Grande	De 251 en adelante	De 2011 en adelante

Tabla 4: Clasificación de empresas según número de empleados y ventas anuales. Fuente: B. Franklin. Elaboración Propia

La legislación peruana define a la PYME como: “... la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar

actividades de extracción, transformación, producción, comercialización o prestación de servicios (...) debiendo contar con las siguientes características:

Microempresa:

- Número total de trabajadores entre uno y diez.
- Niveles de ventas anuales no mayores a 150 UIT.

Pequeña Empresa:

- Número total de trabajadores hasta un máximo de cincuenta.
- Niveles de ventas anuales entre 51 y 850 UIT.

1.9.2. Características de las Pequeñas Empresa

Ya que es relativamente complicado conceptualizar o llegar a un consenso sobre alguna definición general aceptada para las pequeñas empresas, se podría considerar características comunes de las PYMES basadas en las definiciones mostradas anteriormente (Etumeahu, Okekeke y Kingsley, 2009, p. 16):

- Tener un limitado desembolso de capital. Es decir debe haber una cantidad máxima de capital que la organización opera para ser considerada como pequeña empresa.
- Normalmente las PYMES pertenecen y son administradas por una o pocas personas, y es sobretodo financiado por recursos personales y familiares.

- Tiene un limitada número de empleados y tiene un intenso uso de mano de obra.
- Debe tener un máximo volumen de ventas anuales.

1.10. Antecedentes de la Investigación

Existen algunas investigaciones sobre las PYMEs en Perú y sobre la importancia de las mismas, sin embargo son pocas las que han intentado explicar cuáles son los factores que las llevan al fracaso. Dentro de ellas se encuentra el estudio realizado por Avolio, Mesones y Roca(2011) de CENTRUM Católica, en las cuales basándose en Okpara y Wynn(2007) lograron encontrar cinco grandes problemas: Administrativos, Operativos, Estratégicos, Externos, y Personal.

Esta investigación fue de carácter cualitativo sin embargo fue realizada en Lima Metropolitana con alrededor de 11 casos de estudio de MYPEs, a partir de la experiencia de los propios empresarios. Además se analizan los problemas comunes que enfrentan los empresarios en las pequeñas empresas, clasificándolos en: operativos, estratégicos, administrativos y externos, que involucran el acceso a la tecnología, la baja demanda, la corrupción y la infraestructura. El estudio añade una quinta categoría: los factores personales. Los factores fueron validados y se identificaron otros nuevos en el caso del Perú.

Dentro de los factores administrativos, se recalca la importancia que la mayoría de estas empresas son de tipo familiar, lo que trae como consecuencia que el dueño no cuenta con preparación y capacitación adecuada. Señala que uno de los principales factores

problemáticos es la generación del capital humano que continúe la sucesión de la empresa y que trabaje al igual que los fundadores. Además, dentro de los factores operativos se señala que uno de los principales problemas es la capacidad en relación con la gestión operativa y la gestión logística. Asimismo, indica que para los factores estratégicos, el acceso a capital es de vital importancia, y la falta de visión de largo plazo y planeamiento juega un rol perjudicial para las empresas.

Otras investigaciones realizadas a fin de conocer la problemática de las MYPEs es la de Butrón (2006). La misma que se plantea el objetivo de conocer y analizar la relación existente entre el riesgo y la obtención del crédito por parte de las PYMEs en la evaluación que realiza el sector financiero para el otorgamiento de los créditos.

Se logra concluir que las instituciones financieras al realizar sus análisis no siempre representan a través de los mismos la situación actual de las PYMEs. Además que para disminuir los riesgos se debe pensar no sólo en una garantía real, sino también en un acertado estudio y análisis de los Estados Financieros. En general, se concluye que para controlar las colocaciones se debe vigilar el desarrollo y evolución de los negocios de los prestamistas y tomar una actitud asesora para apoyar el desarrollo de sus clientes.

Dentro de la misma línea de investigación sobre las MYPEs y el crédito financiero se encuentra la tesis desarrollada por Lem Muñoz (2001) cuya población objetivo fueron las empresas en la Ciudad de Arequipa, en la misma señala que uno de los graves problemas para el desarrollo de las PYMEs es el bajo nivel de asociatividad que éstas tienen, siendo una restricción para el buen aprovechamiento de los factores productivos

con los que cuentan, al requerir los mismos de economías de escala. La misma, al igual que el estudio de Avolio et al (2011) encuentra las restricciones de la gestión administrativa. Finalmente logra concluir que el acceso a las PYMEs al crédito financiero se ve restringido a las limitaciones mismas de las pequeñas empresas como también a la racionalidad financiera de las instituciones de crédito.

Existen además otros estudios como el de Meza (2007) que intentan relacionar la influencia del sistema tributario peruano en el desarrollo de las PYMEs, enfocado en este caso para Cusco, como además la investigación de Viacaya (2009) que habla sobre las dificultades para el acceso formal al mercado por parte de las PYMES y presenta algunas alternativas de solución.

Finalmente se encontraron investigaciones previas realizadas internacionalmente en los países de Suecia y Nigeria de manera comparativa (Etumeahu y Okekeke, 2009) para determinar por qué el país africano encuentra tantas dificultades para establecer una empresa y permitir que esta se desarrolle. Y, la investigación de Mbonyane(2006) que busca encontrar los factores que generan la alta mortandad de pequeñas y medianas empresas en la localidad de Kagiso, Sudáfrica. Ambas investigaciones fueron llevadas de manera cualitativa, a través de entrevistas y encuestas a diversas PYMEs.

Parte II: Planteamiento Operacional

1.11. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Para obtener la información necesaria a manera de proceder con la investigación e intentar validar la hipótesis de la misma se utilizarán como técnicas:

- Análisis documental
- Análisis de contenido
- Encuestas y Cuestionarios
- Entrevistas Semiestructuradas
- Observación Directa

Con respecto a los instrumentos para recoger y almacenar la información se utilizarán:

- Formatos de Cuestionario
- Guías de Entrevistas
- Escala de actitudes
- Lista de cotejo
- Paquetes Estadísticos(SPSS, Excel)
- iPhone 4S (Aplicación Grabadora Lite)
- Computadora
- Software Atlas.ti versión 7.0

1.12. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

Las operaciones que se utilizarán para procesar los datos serán:

- Clasificación
- Registro
- Tabulación

Además, se utilizarán técnicas lógicas como la deducción y análisis así como estadísticas descriptivas e inferenciales para descifrar la información obtenida en los datos recogidos.

1.13. Campo de Verificación

1.13.1. Población y Muestra

La unidad de análisis son las MIPYMES, delimitándose la población a todas aquellas establecidas en la Ciudad de Arequipa con más de 6 meses de vida, sin importar el sector industrial en el que se desempeñen o *nivel de formalización*. Asimismo que hayan a) exportado por lo menos 3 años seguidos, tengan b) 50% o más de la propiedad formal de la empresa c) se encuentran activamente involucrados en la operación de ésta y d) generar empleo para sí mismo y para otras personas.

El tipo de muestra será no probabilística, ya que la selección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de esta investigación.

1.14. Estrategia para Recolección de Datos y Manejo de Resultados

1.14.1. Estrategia de Recolección de Datos

1.14.1.1. Organización

Aprobación del proyecto de investigación por parte del Programa Profesional de Ingeniería Industrial.

1.14.1.2. Recursos Necesarios

Los recursos necesarios para llevar a cabo la siguiente investigación son los siguientes:

- **Recursos Humanos:** Representando por el mismo investigador.
 - Ronald Alonso Cueva Chávez
 - Asesor
- **Recursos Materiales:** Se necesitará material de oficina así como una computadora personal, con paquetes de aplicaciones programadoras de texto, datos y estadística, tales como SPSS Statistics, Excel, Word, Stata, Atlas.ti, etc.

También de la infraestructura de laboratorios de la UCSM y la Biblioteca de la facultad de la UCSM.
- **Recursos Económicos**

Propios del autor

1.14.2. Estrategia de Manejo de Resultados Estadísticos

1.14.2.1. A nivel de procesamiento de datos

Los datos se contabilizarán en el editor de datos a partir de la matriz de datos elaborada en algún paquete estadístico. Posteriormente se procederá a analizarlos, tabularlos con relación a cada variable y a graficarlos.

1.14.2.2. A nivel de estudio de datos

Se jerarquizará los datos realizando una apreciación crítica para posteriormente interpretarlos.

1.14.2.3. A nivel de conclusiones

Las conclusiones serán formuladas vinculando cada uno de los objetivos describiendo las variables y la asociación entre ellas a manera de tener un nivel de logro del 100% de los objetivos.

1.14.3. Cronograma de Actividades

	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	
Revisión Bibliográfica								
Elaboración del Plan de Tesis								
Elaboración del Marco Teórico Final								
Elaboración de los Instrumentos								
Prueba de los Instrumentos								
Recolección de Datos								
Procesamiento de Datos								
Análisis de Datos								
Redacción del borrador del Proyecto								
Revisión y Corrección del borrador								
Presentación del Proyecto								

Tabla 5: Cronograma de Actividades. Elaboración Propia

Capítulo II: Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la Investigación

Existen algunas investigaciones sobre las MIPYMES en Perú y sobre la importancia de las mismas, sin embargo son pocas las que han intentado explicar cuáles son los factores que las llevan al fracaso. Dentro de ellas se encuentra el estudio realizado por Avolio, Mesones y Roca(2011) de CENTRUM Católica, en las cuales basándose en Okpara y Wynn(2007) lograron encontrar cinco grandes problemas: Administrativos, Operativos, Estratégicos, Externos, y Personal.

Esta investigación fue de carácter cualitativo sin embargo fue realizada en Lima Metropolitana con alrededor de 11 casos de estudio de MYPEs, a partir de la experiencia de los propios empresarios. Además se analizan los problemas comunes que enfrentan los empresarios en las pequeñas empresas, clasificándolos en: operativos, estratégicos, administrativos y externos, que involucran el acceso a la tecnología, la baja demanda, la corrupción y la infraestructura. El estudio añade una quinta categoría: los factores personales. Los factores fueron validados y se identificaron otros nuevos en el caso del Perú.

Dentro de los factores administrativos, se recalca la importancia que la mayoría de estas empresas son de tipo familiar, lo que trae como consecuencia que el dueño no cuenta con preparación y capacitación adecuada. Señala que uno de los principales factores problemáticos es la generación del capital humano que continúe la sucesión de la empresa

y que trabaje al igual que los fundadores. Además, dentro de los factores operativos se señala que uno de los principales problemas es la capacidad en relación con la gestión operativa y la gestión logística. Asimismo, indica que para los factores estratégicos, el acceso a capital es de vital importancia, y la falta de visión de largo plazo y planeamiento juega un rol perjudicial para las empresas.

Otras investigaciones realizadas a fin de conocer la problemática de las MYPEs es la de Butrón (2006). La misma que se plantea el objetivo de conocer y analizar la relación existente entre el riesgo y la obtención del crédito por parte de las PYMEs en la evaluación que realiza el sector financiero para el otorgamiento de los créditos.

Se logra concluir que las instituciones financieras al realizar sus análisis no siempre representan a través de los mismos la situación actual de las PYMEs. Además que para disminuir los riesgos se debe pensar no sólo en una garantía real, sino también en un acertado estudio y análisis de los Estados Financieros. En general, se concluye que para controlar las colocaciones se debe vigilar el desarrollo y evolución de los negocios de los prestamistas y tomar una actitud asesora para apoyar el desarrollo de sus clientes.

Dentro de la misma línea de investigación sobre las MYPEs y el crédito financiero se encuentra la tesis desarrollada por Lem Muñoz (2001) cuya población objetivo fueron las empresas en la Ciudad de Arequipa, en la misma señala que uno de los graves problemas para el desarrollo de las PYMEs es el bajo nivel de asociatividad que éstas tienen, siendo una restricción para el buen aprovechamiento de los factores productivos con los que

cuentan, al requerir los mismos de economías de escala. La misma, al igual que el estudio de Avolio et al (2011) encuentra las restricciones de la gestión administrativa. Finalmente logra concluir que el acceso a las PYMEs al crédito financiero se ve restringido a las limitaciones mismas de las pequeñas empresas como también a la racionalidad financiera de las instituciones de crédito.

Existen además otros estudios como el de Meza (2007) que intentan relacionar la influencia del sistema tributario peruano en el desarrollo de las PYMEs, enfocado en este caso para Cusco, como además la investigación de Viacaya (2009) que habla sobre las dificultades para el acceso formal al mercado por parte de las PYMES y presenta algunas alternativas de solución.

Finalmente se encontraron investigaciones previas realizadas internacionalmente en los países de Suecia y Nigeria de manera comparativa (Etumeahu y Okekeke, 2009) para determinar por qué el país africano encuentra tantas dificultades para establecer una empresa y permitir que esta se desarrolle. Y, la investigación de Mbonyane(2006) que busca encontrar los factores que generan la alta mortandad de pequeñas y medianas empresas en la localidad de Kagiso, Sudáfrica. Ambas investigaciones fueron llevadas de manera cualitativa, a través de entrevistas y encuestas a diversas PYMEs.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Definiciones de Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

El primer punto a definir en nuestra investigación es que no existe una definición o concepto general aceptado sobre las micro, pequeñas y medianas empresas.

Las preguntas más lógicas a realizar serían entonces: ¿Qué es una empresa? Y por su extensión ¿Qué es una pequeña empresa? ¿Bajo qué criterio se califica a una compañía como una micro, pequeña o mediana empresa?

Según Ude (1999:2) una pequeña empresa es *“cualquier empresa de negocios moderna, incluyendo actividades manufactureras o no manufactureras en comercio, servicio, mantenimiento, distribución, construcción y producción, que utilizan un limitado desembolso de capital”*. La administración y gerencia de tal tipo de empresas queda a cargo de una o en demás dos o tres personas que hacen todas las decisiones importantes en el negocio. (Ude, 1999, p. 2)

En base a la definición planteada, las pequeñas empresas pueden ser descritas como una aventura privada que es normalmente operada por el dueño, quien toma el control de las operaciones y decisiones. Además su abastecimiento de capital está normalmente limitado, o está garantizado por el propietario y no se cotiza en bolsa.

La mayoría de pequeñas empresas son negocios familiares, en donde el dueño y el administrador son la misma persona y donde los miembros de la familia están normalmente involucrados (Bengt & Hans, 1999).

Benjamín Franklin (2007, p. 22) plantea la clasificación de empresas según el número de empleados y su actividad así como por el número de empleados y las ventas anuales de la empresa:

Tamaño de la Empresa	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-30	0-5	0-20
Pequeña	31-100	6-20	21-50
Mediana	101-500	21-100	51-100
Grande	501 o más	101 o más	101 o más

Tabla 6: Clasificación de empresas según número de empleados y actividad. Fuente: B. Franklin. Elaboración Propia

Tamaño de la Empresa	Número de Empleados Permanentes	Ventas Anuales
Micro	De 1 a 15	Menos de 110
Pequeña	De 16 a 100	De 111 a 1115
Mediana	De 101 a 250	De 1116 a 2010
Grande	De 251 en adelante	De 2011 en adelante

Tabla 7: Clasificación de empresas según número de empleados y ventas anuales. Fuente: B. Franklin. Elaboración Propia

Según las tablas presentadas arriba, en ningún caso una MYPE (micro y pequeña empresa) pasará de 100 trabajadores, y esto sólo para la actividad de tipo industrial, ya que tanto para comercio como para servicio la cuantía disminuye considerablemente. Además se puede concluir que sus ventas anuales serán siempre menores a las 1500 UIT en promedio.

La legislación peruana, mediante la Ley N° 30056 “*LEY QUE MODIFICA DIVERSAS LEYES PARA FACILITAR LA INVERSIÓN, IMPULSAR EL DESARROLLO PRODUCTIVO Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL*” define a la MYPE como: “... *la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización o prestación de servicios (...) debiendo contar con las siguientes características:*

Microempresa:

- Niveles de ventas anuales no mayores a 150 UIT.

Pequeña Empresa:

- Niveles de ventas anuales entre 150 UIT y 1700 UIT.

Mediana Empresa:

- Niveles de ventas anuales superiores a 1700 UIT hasta 2300 UIT.

Mediante los datos presentados según la Ley N° 30056, se tomará como referencia la clasificación hecha para la división de las empresas según su tamaño. Es importante señalar que los límites presentados serán modificados cada dos años consecutivos por el MEF.

2.2.2. Características de las MIPYMES

De acuerdo a los planteamientos del acápite anterior se podría considerar características comunes de las MIPYMES (Etumehu, Okekeke y Kingsley, 2009, p. 16):

- Pueden estar constituidas tanto por personas naturales como por personas jurídicas.
- Tienen un limitado desembolso de capital para empezar a operar.
- Normalmente las MYPES pertenecen y son administradas por una o pocas personas, y es sobretodo financiado por recursos personales y familiares.
- Tiene un limitada número de empleados y tiene un intenso uso de mano de obra.
- Debe tener un máximo volumen de ventas anuales.

Páginas más abajo, se señala la *Teoría de la Inversión*, cuyo objetivo es demostrar hasta qué punto cualquier inversión realizada en una empresa es rentable de manera que se relaciona el factor capital con el costo mismo de la inversión, descompuesto en la tasa de interés y la depreciación. (Larraín y Sachs, 2013, p. 440)

2.3. Ley MIPYMES

En el siguiente acápite se presente el marco de la “*Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial*” que fue presentado en junio del 2013, mediante la Ley N° 30053 en modificación a la “*Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa*” de 2008. El mismo que sirve como referencia para la presente investigación, con respecto al apoyo que reciben las MIPYMES del gobierno, frente a los beneficios que plantea la presente Ley y también los requisitos para poder recibirlos así como sus obligaciones.

En general el objetivo de esta ley es promover la competitividad, formalización y desarrollo de MIPYMES del Perú, para ampliar el mercado interno y externo de estas compañías, por medio de un incentivo a la inversión privada, producción y otros que impulsen el emprendimiento y permitan la mejora de la organización empresarial y además el crecimiento sostenido de estas unidades económicas.

En la presenta Ley se señalan diferentes aspectos como la promoción de la iniciativa privada, a través de capacitación y asistencia técnica de las MIPYMES mediante instituciones de formación pública o privada seleccionadas por el estado.

Como se señaló anteriormente, la ley peruana define el tamaño de las empresas según el nivel de ventas con el que cuenten, pudiendo ser:

Tamaño Empresa	Nivel de Ventas
Micro Empresa	<i>Menores a 150 UIT</i>
Pequeña Empresa	<i>Entre 150 y 1700 UIT</i>
Mediana Empresa	<i>Entre 1700 y 2300 UIT</i>
Gran Empresa	<i>Más de 2300 UIT</i>

Tabla 8: Tamaño de las empresas según el Estado Peruano. Fuente: Ministerio de la Producción. Elaboración Propia

Y, además de cumplir con el nivel de ventas señalado anteriormente, las micro y pequeñas empresas tienen que encontrarse inscrita en el Registro Nacional de Micro y Pequeña Empresa (REMYPE). Igualmente, se puede considerar una suma de empresas para conformar un consorcio, pero el total sumado no debe pasar de las 150 UIT para una micro o 1700 UIT para una pequeña empresa. Al mismo tiempo, la SUNAT establece que si existe una vinculación económica del 30% o más, las empresas serán consideradas como pertenecientes a la misma, y por lo tanto una misma compañía.

Para constituirse dentro de esta Ley no es necesario que la empresa esté constituida como persona jurídica, pudiendo ser conducida también como persona individual. Es importante mencionar que se encuentran *excluidas* las actividades económicas que se dediquen al rubro de *bares, discotecas, juegos de azar y afines*.

Según el artículo 6, referido al acceso a la formalización, se señala que el Estado fomenta la formalización de las MYPEs a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior. Además que señala que existe un *sistema de trámite en línea*, que según las entidades estatales, y en especial el PCM, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, la SUNAT, SUNARP y la RENIEC, el mismo trámite permite que el sistema de constitución de empresas en línea concluya en un plazo no mayor de 72 horas.

2.3.1. Beneficios Generales para Microempresas

- No es necesario presentar una minuta para constituirse como persona jurídica, pudiendo hacerlo mediante escritura pública, conforme a lo establecido en el inciso i) del artículo 58 del Decreto Legislativo N° 1049.
- EL CODEMYPE para la formalización de las MYPE promueve la reducción de los costos registrales y notariales ante la SUNARP y colegios de Notarios.
- No se requiere un porcentaje mínimo de capital suscrito.
- El Estado promueve la capacitación, al ser los gastos de capacitación al personal deducibles de impuestos.
- Las MYPEs del sector industrial y manufacturero se pueden acoger a SENATI de manera voluntaria, por lo que sus pagos para esta entidad se encuentran exonerados.
- Existen beneficios extensivos a consorcios conformados por MYPEs.
- Existe una *Garantía de Fiel Cumplimiento*, por lo que el Estado ordena a las grandes y medianas empresas orientar el 40% de sus compras a MYPEs.
- Existencia de un acompañamiento tributario, por el mismo se exonera de multas por infracciones hasta los 3 años, en caso éstas no sean repetitivas.
- Subsidio en la contribución a EsSalud por un 50% en el valor del 9% que debe otorgar las empresas por sus trabajadores.
- El Estado y los gobiernos regionales y locales, a través de los sectores e instituciones que lo apoyan realizan eventos feriales y exposiciones internacionales, nacionales, regionales, locales de manera periódica y anual.

- El Estado y sus entidades permiten a las MYPE participar en las contrataciones y adquisiciones del Gobierno y prefieren las ofertas hechas por estas empresas, siempre que cumplan con las especificaciones técnicas requeridas

2.3.2. Beneficios en Capacitación, Asistencia Técnica y FIDECOM

El Estado promueve, a través de la CODEMYPE y de sus Programas y Proyectos, la oferta y demanda de servicios y acciones de capacitación y asistencia técnica en las materias de prioridad establecidas en el Plan y Programas Estratégicos de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de las MYPE, así como los mecanismos para atenderlos.

Los programas de capacitación y de asistencia técnica están orientados prioritariamente a:

- a) La creación de empresas.
- b) La organización y asociatividad empresarial.
- c) La gestión empresarial.
- d) La producción y productividad.
- e) La comercialización y mercadotecnia.
- f) El financiamiento.
- g) Las actividades económicas estratégicas.
- h) Los aspectos legales y tributarios.

Los programas de capacitación y asistencia técnica deberán estar referidos a indicadores aprobados por el CODEMYPE que incluyan niveles mínimos de cobertura, periodicidad, contenido, calidad e impacto en la productividad.

Asimismo las microempresas pueden incorporarse como beneficiarios de la Ley N° 29152, Ley que establece la implementación y el funcionamiento del Fondo de Investigación y Desarrollo para la Competitividad – FIDECOM.

Parte de los recursos del FIDECOM se asignan preferentemente al financiamiento de programas de capacitación de los trabajadores y de los conductores de las microempresas que fortalezcan su capacidad de generación de conocimientos tecnológicos para la innovación en procesos, productos, servicios y otros, en áreas específicas relacionadas con este tipo de empresas.

Los programas de capacitación son administrados por entidades académicas elegidas por concurso público, cuyo objetivo prioritario será el desarrollo de las capacidades productivas y de gestión empresarial de las microempresas.

De tal manera presentamos a continuación un cuadro resumen con las principales características de las MIPYMES, como de los deberes de éstas frente al estado como a con sus empleados:

	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA
Número de Trabajadores	1-10	1-100	1-200
Remuneración Mínima	S/. 750	S/. 750	S/. 750
Jornada Laboral	8 semanas diarias	8 semanas diarias	8 semanas diarias
Descanso Semanal	24 horas	24 horas	24 horas
Régimen Especial Laboral:	15 días al año de RMV (S/. 375)	15 días al año de RMV, hasta 90 días (S/. 375-2250)	Régimen normal
Vacaciones			
Gratificaciones	No aplica	2 medias gratificaciones al año	2 gratificaciones al año
Aportaciones CTS	No aplica	½ sueldo por año	½ sueldo por año
Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo	No aplica	Responsabilidad empleador	Responsabilidad del empleador

Despido Injustificado	10 remuneraciones diarias por año: Tope: 90 remuneraciones (3 sueldos)	20 remuneraciones diarias por año: Tope: 120 remuneraciones (4 sueldos)	30 remuneraciones diarias por año. Tope: 150 remuneraciones.
Aportaciones Salud	SIS: 50% empleador, 50% estado	Régimen general a partir de 4 años.	Régimen general a partir de 4 años.
Aportaciones Empleador	Opcional	Obligatorio	Obligatorio
Pensión de Jubilación	4 % de la RMV	13 % ONP O AFP	13 % ONP o AFP
Asignación Familiar	No aplica	No específica	No específica

Tabla 9: Características MIPYMES. Fuente: Diversa. Elaboración Propia

2.4. Teoría básica de la Inversión

La teoría de la Inversión parte de la función de producción, en la cual el producto es una función creciente del capital, trabajo y tecnología. Para un nivel determinado de insumo trabajo L y Tecnología T , puede calcularse el incremento del producto Q asociado con un aumento del capital K , al que se llama Productividad Marginal del Capital $PMK = Q(K + 1, L, T) - Q(K, L, T)$. Cuando el stock de K es muy bajo, la PMK es grande.

$$\frac{\Delta Q}{\Delta K} = PMK$$

A medida que se incorpora más K al proceso productivo (de manera que la razón K/L es alta) la ganancia que puede obtenerse de seguir agregando K decae. En consecuencia, la PMK es una función positiva pero decreciente del stock de K . Esta propiedad de la función de producción se conoce como productividad marginal decreciente del capital.

Hay dos modos de percibir la elección óptima de Inversión en la empresa. En el primero, suponemos que la empresa compra maquinaria nueva ΔK a crédito, la usa durante un periodo y la revende con un descuento que refleja la depreciación de la máquina.

Usa el producto de la producción y de la venta de la máquina para pagar el crédito. La utilidad de esta operación es la siguiente:

$$PMK\Delta K - (1+r)\Delta K + (1+\delta)\Delta K$$

Aumento de la Producción

Pago del Préstamo

Valor de Reventa

$$PMK\Delta K - (1+r)\Delta K + (1-\delta)\Delta K$$

Dividiendo entre ΔK

$$PMK\Delta K - (1+r) + (1-\delta) = 0$$

$$PMK = (1+r) - (1-\delta) = 0$$

$$PMK = 1 + r - 1 + \delta$$

$$PMK = r + \delta$$

Entonces podemos entender que la utilidad de la empresa será positiva si y sólo si la Productividad Marginal del Capital es mayor al costo del crédito obtenido y a la depreciación del capital.

¿Cómo podemos relacionar esta teoría con la investigación a realizar? La respuesta recae en las variables que la misma relaciona, si bien indica que una inversión se dará cuando el valor de la producción sea mayor al costo de la misma, muchas empresas no saben cómo aplicarlo, ya que simplemente se optó por abrir un negocio con algún préstamo o capital propio y ver qué sucede. Sin embargo se puede demostrar a través de la ecuación final

obtenida que la variable productividad es altamente importante para sobrellevar la inversión y para que la misma sea rentable. Luego, con las variables referidas al costo: La depreciación se puede considerar como una variable estática cuyos valores son determinados por la *SUNAT* y son prácticamente valores fijos, no obstante no sucede lo mismo con el costo del préstamo o tasa de interés activa, cuyo valor fluctúa dependiendo de qué entidad sea la acreedora.

Precisamente, se entiende la importancia de la variable tasa de interés que para el caso de las PYMES en Perú puede llegar a ser determinante, ya que si un gran porcentaje (más del 60%) desaparece durante los dos primeros años de vida, se podría explicar de acuerdo a los siguientes casos:

- Bajo rendimiento de los factores empresariales: Trabajo, Capital y/o Tecnología.
- Alto costo de la tasa de interés con la que se realizó el préstamo o de los otros factores.
- Bajo rendimiento de los factores empresariales: Trabajo, Capital y/o Tecnología, y alto costo de los mismos.

2.4. Literatura sobre el desarrollo de MIPYMES

Existen pocos estudios previos que tratan sobre el crecimiento de las MYPES y de los factores que influyen sobre las decisiones acerca de su crecimiento (Perren, 1999). La mayoría de los estudios tienen a centrarse en la contribución de las empresas grandes y

consolidadas más que en las de los pequeños negocios.

De acuerdo con Perren (1999), son cuatro los factores que influyen en el desempeño de los empresarios de las microempresas: (a) el desarrollo, (b) la motivación por el crecimiento, (c) las habilidades gerenciales para lograr dicho crecimiento, y (d) el acceso a los recursos y la demanda de mercado.

El modelo conceptual del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), desarrollado en el año 1999 por Babson College y la London Business School, busca medir el nivel de actividad emprendedora de los países y descubrir los factores que lo determinan. El modelo GEM explica el desarrollo económico de los países sobre la base de un modelo conceptual que considera el crecimiento económico como resultado de dos mecanismos paralelos, donde intervienen tanto las grandes y las pequeñas empresas como los negocios nuevos y los consolidados. El primero de estos mecanismos refleja la contribución de las grandes corporaciones multinacionales con representación nacional, que crean puestos de trabajo y aumentan la demanda por bienes y servicios, la cual puede ser aprovechada por las PYMEs. El segundo mecanismo refleja el papel de la actividad emprendedora en el crecimiento económico, indicando que las iniciativas emprendedoras necesitan un entorno que les ofrezca condiciones específicas a sus necesidades. Cuando estos dos mecanismos actúan de forma simultánea, consiguen un efecto sinérgico en el crecimiento económico (Serida et al., 2005).

La presente investigación toma como base teórica el estudio realizado por Okpara y Wynn, *Determinants of Small Business Growth Constraints in a Sub-Saharan African Economy*,

publicado en 2007, y aplicado para el caso de Nigeria. El mismo fue adaptado del estudio de Ansoff (1965) que categoriza los problemas de las empresas en administrativos, operativos y estratégicos. Los problemas administrativos se centran en la estructura organizacional y en la habilidad para obtener y desarrollar los recursos necesarios que necesita la empresa, e incluyen temas relacionados con el personal, las finanzas y la gerencia del negocio. Los problemas operativos tratan acerca de colocar estos recursos de una manera eficiente, y son más comunes en las áreas funcionales de una empresa; como, por ejemplo, marketing, operaciones y logística. Los problemas estratégicos abarcan la habilidad de los pequeños empresarios para ajustar sus productos o servicios a la demanda externa (Harris y Gibson, 2006). Lo mismo requiere que los dueños de las empresas entiendan la naturaleza del negocio y las necesidades de sus clientes. Finalmente Okpara y Winn agregan una cuarta área de problemas, externos, que incluyen temas de infraestructura, corrupción, tecnología y baja demanda (Okpara y Winn, 2007).

El modelo de Ansoff (1965), como se señaló, categoriza los problemas de las pequeñas empresas en administrativos, operativos y estratégicos. Considera que las decisiones operativas suelen absorber la mayor parte de la atención de la empresa, y el objetivo es maximizar la rentabilidad de las operaciones en curso; abarcan temas como la fijación de precios, el establecimiento de estrategias de marketing, programa de producción y niveles de inventarios, así como decidir sobre los gastos relativos a favor de la investigación y desarrollo, marketing y operaciones. Las decisiones estratégicas se ocupan de asegurar que los productos de la empresa y los mercados estén bien escogidos, que exista la demanda suficiente, y que la empresa sea capaz de generar una porción de la demanda. Ansoff (1965)

formula preguntas concretas para los problemas estratégicos: ¿cuáles son los objetivos de la empresa?, ¿en qué áreas debe buscar la empresa la diversificación?, ¿con cuánto vigor debe realizarse esta diversificación?, ¿cómo debe la empresa desarrollar y explotar su posición actual de mercado-producto? El objetivo es producir un patrón de asignación de recursos que ofrezca las mejores posibilidades para alcanzar los objetivos de la empresa. Finalmente, las decisiones administrativas tienen que ver con la estructuración de los recursos de la empresa, y deben proporcionar el clima necesario para cumplir las funciones estratégicas. Incluyen temas relacionados con la organización, la estructuración de las relaciones de autoridad y responsabilidad, los flujos de trabajo y de información, los canales de distribución y la ubicación de las instalaciones, la capacitación y el desarrollo del personal, la financiación y la adquisición de infraestructura (Ansoff, 1965).

Por su parte, Covin y Slevin (1991) analizan la contribución del espíritu empresarial en el desempeño de la empresa y articulan las condiciones en que esta contribución puede materializarse, basándose en cuatro aspectos: (a) la naturaleza del comportamiento empresarial, (b) el locus del espíritu empresarial, (c) la redundancia en algunas construcciones en el modelo, y (d) la naturaleza del vínculo entre la postura empresarial y el rendimiento. El modelo de Covin y Slevin (1991) alude a la intensidad de la iniciativa empresarial y sugiere que: (a) un mayor espíritu empresarial está asociado positivamente con los resultados financieros de la compañía; (b) la postura empresarial está claramente relacionada con la sofisticación tecnológica del entorno; (c) la postura empresarial es más positiva en relación con el rendimiento de la empresa ubicada entre las empresas de tecnología avanzada que con aquella empresa insertada en los entornos de empresas

tecnológicamente sencillas; (d) la postura empresarial está positivamente vinculada con el dinamismo del entorno; (e) la postura empresarial está positivamente asociada con la hostilidad del entorno; (f) la postura empresarial es más positiva en función del rendimiento de la empresa ubicada entre las empresas en entornos hostiles que la situada entre las empresas en entornos benignos; y (g) la postura empresarial es más positiva en relación con el rendimiento de la empresa rodeada de las empresas cuyas industrias están en sus primeras fases del ciclo de vida que aquella ubicada entre las empresas cuyas industrias se encuentran en sus últimas fases del ciclo de vida (Covin & Slevin, 1991).

2.4.1. Clase de Decisiones de la Empresa

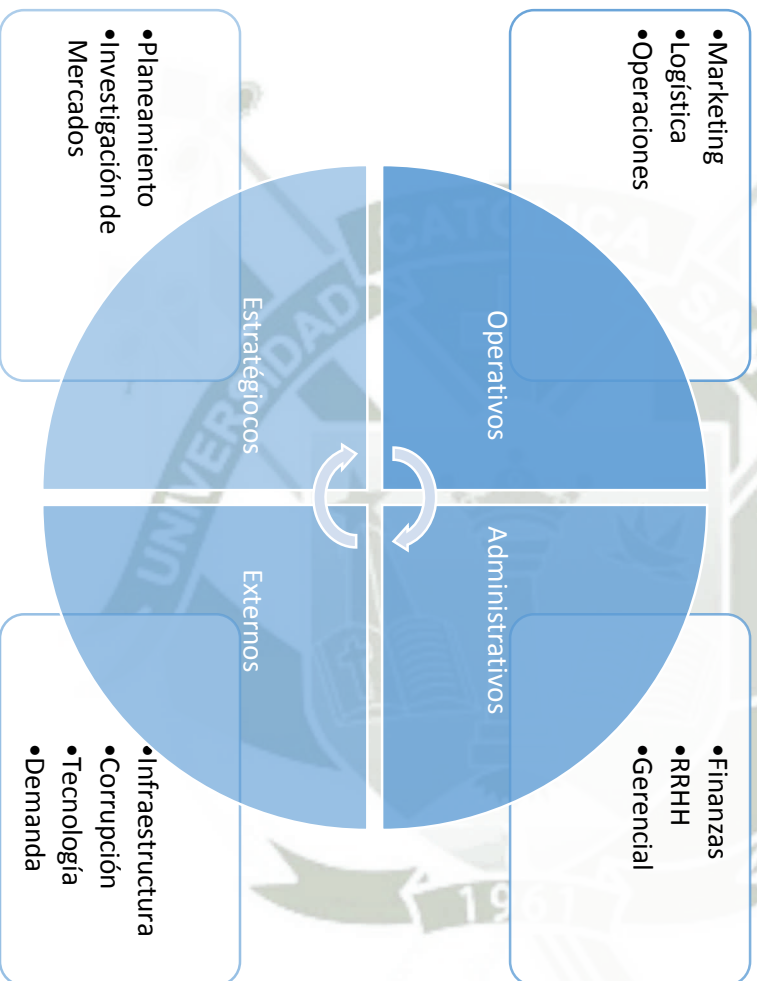
En la tabla nº 10 se muestran las tres áreas de categorización de los problemas dentro de la empresa (Ansoff, 1965), dentro del mismo también se toma el estudio de Okpara y Winn (2007) para acomodar el marco conceptual que parametriza esta investigación. Se agrega entonces el sector externo en el que existen problemas respecto a la infraestructura de la región, la corrupción, el nivel de demanda y el acceso o tecnología existente.

Dentro del marco final se considera también el estudio de Avolio et al (2010), que se basa en la investigación de Okpara y Winn (2007) aplicada para Lima Metropolitana, este estudio de tipo cualitativo con 11 casos agrega un área más a las 4 ya existentes: Factores personales. Éstos incluyen la motivación generada por terceros para iniciar, crecer e implementar nuevos negocios, la educación en la gestión de empresas y la experiencia de los empresarios.

	ESTRATEGIAS	ADMINISTRATIVAS	OPERATIVAS
PROBLEMA	Para seleccionar la mezcla de producto-mercado que permita optimizar el ROI potencial de la compañía.	Para estructurar los recursos de la firma y optimizar el desempeño.	Para optimizar la realización del ROI potencial.
NATURALEZA DEL PROBLEMA	Asignación del total de los recursos entre oportunidades producto-mercado.	Organización, adquisición y desarrollo de los recursos.	Presupuestar los recursos entre las principales áreas funcionales programando aplicaciones de recursos y conversión de monitoreo y control.
DECISIONES CLAVE	Objetivos y metas: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de diversificación ✓ Estrategia de expansión ✓ Estrategia financiera ✓ Método de crecimiento ✓ Tiempo de crecimiento 	Organización: Estructura de la información: autoridad y flujos de responsabilidad. Estructura de conversión de recursos: flujos de trabajo, sistemas de distribución, ubicaciones de las instalaciones. Adquisición y desarrollo de recursos: financieros, instalaciones y equipos, personal, materia prima	Objetivos operativos y metas: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Costeo y niveles de salida ✓ Niveles operativos: cronograma de producción, nivel de inventarios, almacenamiento ✓ Políticas y estrategias de marketing ✓ Políticas y estrategias de investigación y desarrollo ✓ Control
CARACTERÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Centralización de decisiones. • Ignorancia parcial. • Decisiones no repetitivas. • Decisiones no auto-regenerativas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conflictos entre estrategia y operaciones. • Conflicto entre objetivos individuales e institucionales. • Fuerte unión entre variables 	<ul style="list-style-type: none"> • Decisiones descentralizadas. • Riesgo e incertidumbre. • Decisiones repetitivas. • Alto volumen de decisiones. • Forzada sub-optimización por

CLAVE		<ul style="list-style-type: none"> económicas y sociales. Decisiones disparadas por estrategia y problemas operativos. 	<ul style="list-style-type: none"> complejidad. Decisiones regenerativas. 	auto-
-------	--	--	---	-------

Tabla 10: Decisiones de la empresa según Ansoff. Fuente: Avolio et al. Elaboración Propia



Cuadro 1: Factores limitantes de empresas. Fuente: Okpara & Wynn. Elaboración Propia

2.5. Problemas en MIPYMES exportadoras

La presente investigación se encuentra enfocada hacia las limitantes que encuentran las MIPYMES exportadoras y por qué las mismas han abandonado la actividad de exportación. Existen pocos estudios dedicados a encontrar estas limitantes, sin embargo a través de distintas exposiciones y pequeñas investigaciones se han podido identificar algunos. En el Foro sobre Comercio Exterior organizado por COMEX PERÚ se presentaron las siguientes limitantes que encuentran las PYMES exportadoras peruanas:

a) Orientación al mercado

Muchas empresas ingresan a la actividad exportadora sin tener una percepción clara del tamaño y características del mercado al que se dirigen. Desconocen los gustos del mercado al que se están enfocando, la frecuencia de consumo, para ello existen organizaciones como PROMPERÚ, las Oficinas Comerciales del Perú en el exterior (OCEX), los gremios empresariales como algunas valiosas fuentes de consulta.

b) Acceso a información

La mayor parte de las empresas exportadoras sub utilizan fuentes de información como el Sistema Integrado de Información Comercial (SIICEX), Trade Map, Bases de Datos en internet, revistas especializadas con información sobre oportunidades comerciales, condiciones de acceso a algunos mercados, etc. Un ejemplo es La Comisión Europea que a través de su Help Desk ofrece información útil para acceder al mercado europeo.

c) Sobrecostos

El Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) identifica los sobrecostos que limitan las posibilidades exportadoras del país (financieros, tributarios, logísticos, de infraestructura, carga laboral, burocracia administrativa, etc.). Competitividad implica tres factores: precio, calidad y oportunidad de entrega.

d) Mecanismos de apoyo

Con o sin intención, muchas empresas se acogen indebidamente al drawback o eligen la importación temporal sin calcular si este mecanismo es más conveniente en su caso particular frente al drawback. Algunas desconocen incentivos como el SEPYMEX (Seguro para la Pyme Exportadora) o el Despacho Anticipado.

e) Proceso por etapas

Los exportadores que cuentan con posibilidades de inversión, muchas veces se aventuran a invertir en activos fijos en actividades que no conocen. La sugerencia es primero desarrollar una o más operaciones piloto cargando todo o lo más posible a costos variables, no a fijos. En función a esa experiencia, luego se decidirán por invertir, según cuáles sean los cuellos de botella del negocio.

f) Alianzas estratégicas empresariales

Del total de empresas exportadoras en el Perú -8,300- 64.5% son MYPES. Por tanto, debería resultar natural que estas empresas se internacionalicen apostando por esquemas de

asociatividad: consorcios, subcontratación, joint venture, franquicias, etc. Sin embargo, la desconfianza, la falta de incentivos, las diferentes visiones de los integrantes de la alianza, etc. complican la viabilidad de estos modelos de negocio.

g) Buena negociación

Una debilidad es no tener un FODA de partida, no saber del perfil de la empresa/país con el que se negocia y no tener una estrategia definida.

h) Recurso Humano

Con la apertura comercial por la que el Perú ha apostado durante las últimas dos décadas han llegado al país empresas de todo el mundo y todos los sectores. ¿Por qué algunas empresas peruanas mantienen el liderazgo en su categoría a pesar de la agresiva competencia local y externa? No se trata del capital ni de la tecnología que hoy se pueden conseguir por diferentes vías. La respuesta, al final del día, se encuentra en el talento humano. Por ello, la formación y la permanente actualización de los ejecutivos de la empresa son fundamentales.

Capítulo III: Metodología y Selección de Métodos

En este capítulo se describe cómo se llevará a cabo la investigación, seleccionando el método adecuado para el análisis de las compañías a estudiar, los límites y parámetros así como las suposiciones hechas para el estudio.

Cómo se detalló en el plan teórico del primer capítulo, el estudio tiene un carácter fundamentalmente cualitativo al permitir ver desde una manera “interna” los problemas que están afectando a las MIPYMES en la región. Marshall y Rossman (1999:2) definen la investigación cualitativa como *“Visión de la complejidad de las interacciones sociales como se expresan en la vida diaria y con los significados que los participantes, ellos mismos, atribuyen a estas interacciones”*. Es por ello, que en esta investigación se utiliza el método cualitativo para, así, evaluar las experiencias que viven y afrontan los dueños de las MIPYMES.

Además, el tipo de estudio es inductivo, por lo que a través de la recolección de información y su análisis se propondrá una teoría que pueda describir el fenómeno.

3.1. Elección de Metodología Básica

El método de investigación aplicado en este estudio es cualitativo y la información usada es tanto de fuente primaria como secundaria. Yin (2003) ha identificado 6 fuentes de evidencia que trabajan bien en una investigación cualitativa: Documentación, archivos históricos, entrevistas, observación directa, observación participante, objetos físicos. Sus ventajas e inconvenientes se analizan en la siguiente tabla:

FUENTE DE EVIDENCIA	VENTAJAS	INCONVENIENTES
Documentación	Estable, puede ser revisado repetidamente. Discreto, no creado como resultado del estudio de caso Exacto, contiene nombres, referencias y detalles.	Recuperabilidad: puede ser baja. Error selectivo, si la colección es incompleta. Error del informe puede reflejar error del autor. Acceso, puede ser deliberadamente bloqueado.
Documentos de archivo	(Mismos para documentación) Precisos y cuantitativos.	(Mismos para documentación) Accesibilidad por razones de privacidad.
Entrevistas	Dirigidas, enfocadas directamente en el tópico del estudio de caso. Proporciona percepciones de relaciones causales.	Errores originados por preguntas poco elaboradas. Errores en las respuestas. Los entrevistados responden aquello que quiere el entrevistador.
Observación Directa	Realidad, cubre acontecimientos en situaciones reales. Contextualización, cubre el contexto de acontecimiento	Consume tiempo. Selectivo. El acontecimiento puede evolucionar de manera diferente por la observación Costo-son necesarias horas de observadores.
Observación participantes	(Mismo a O.D) Percepción de los motivos y comportamientos gracias al contacto personal.	(Mismas a O.D) Errores originados por la manipulación de los acontecimientos por parte de los investigadores.
Objetivos físicos	Percepción de las realizaciones culturales. Percepción de las operaciones técnicas.	Selección. Disponibilidad.

Tabla 11: Fuentes de evidencia en investigación cualitativa Fuente: Yin et al. Elaboración Propia

En esta pesquisa el método de recolección de data más importante será por entrevistas, utilizando un cuestionario y base de datos electrónicas, al ser más apropiada para identificar los factores que se encuentren limitando a las empresas

3.1.1. Información Primaria

Información primaria refiere a la data original o información compilada y estudiada para un propósito específico. Además, esta ayudará a proveer las respuestas apropiadas a las preguntas de investigación a través de los cuestionarios creados. Los cuestionarios deben carecer de ambigüedad, pero considerar aún detalles y términos técnicos. El acercamiento práctico tiene la idea de ayudar a proveer información rica y de calidad al caso de estudio. Siendo así la idea de las entrevistas la de proveer una figura completa de la situación actual de las MIPYMES en análisis.

3.1.2. Información Secundaria

La información secundaria es aquella recolectada por otra persona distinta al usuario. Además de las entrevistas, este estudio plantea utilizar literatura de distintos libros, revistas, estudios previos y data obtenida por internet.

Cabe resaltar las bases de datos obtenidas gracias a PromPerú, referidas al período 2010-2014, donde se detallan las empresas que han exportado por aduanas Arequipa, así como el rubro de exportación, país destino y productos en valor FOB que se han vendido. A través

de esta base de datos, se realizará una depuración y selección de empresas que serán parte del estudio según la población identificada.

3.2. Población y Muestra

La unidad de análisis son las MIPYMES, delimitándose la población a todas aquellas establecidas en la región de Arequipa con más de 6 meses de vida, sin importar el sector industrial en el que se desempeñen. Asimismo que hayan:

a) Exportado por lo menos 3 años seguidos.

Y tengan:

b) Propiedad formal de 50% o más de la empresa.

c) Se encuentran activamente involucrados en la operación de ésta

d) Generen empleo para sí mismo y para otras personas.

El tipo de muestra será no probabilística, ya que la selección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de esta investigación.

3.3. Métodos de Recolección de Información

Para poder obtener información de primera mano acerca de los problemas que aquejan a las MIPYMES en la ciudad de Arequipa, será necesario realizar entrevistas a los directores así como personal de las compañías de las empresas seleccionadas. Las mismas deben

llevarse a manera de tocar los puntos y problemas más importantes en el desarrollo de las empresas en Arequipa.

Con respecto al tipo y número de empresas que se utilizarán en el caso, caen en el análisis a realizar en el siguiente capítulo, con respecto al o los sectores que más interesen así como evaluar y usar dentro del mismo la técnica del muestreo intencional para seleccionar aquellas empresas que más interesen al estudio.

Además se considerará en estas entrevistas a los factores más importantes de acuerdo al marco teórico presentando. Estos factores incluyen problemas financieros, administrativos, legislación errónea, competencia, problemas de infraestructura y apoyos del gobierno para las MIPYMES.

3.4. Métodos de Análisis de Información

El propósito de analizar información cualitativa es hacer del material más claro y legible, asegurándose no perder la extensión de la información que la misma incluye (Yin 2003).

Cada investigación debería empezar con una estrategia analítica general para tratar la evidencia de la mejor manera, produciendo conclusiones convincentes y manejar, entonces, distintas interpretaciones. Las dos alternativas más importantes para analizar información en los casos de estudio son o bien confiar en proposiciones teóricas de literatura revisada o desarrollar una descripción del caso. Para la presente investigación se utilizará una combinación de ambos. Según Yin (2003), confiar en proposiciones teóricas es seguir las proposiciones teóricas que condujeron al caso de estudio. Así, se buscará

identificar a través de las entrevistas los puntos de los principales problemas que coinciden con el marco conceptual. Pero además, y como este estudio se encuentra enfocado a las MIPYMES exportadoras, se procederá a entender la problemática que las aquejan y por qué se dejó de exportar en un número determinado de años para poder combinar ambas alternativas de análisis de casos cualitativos.

Entonces, se procederá primero a identificar las empresas que participarán del estudio a través de la data otorgada por PromPerú de acuerdo a los requisitos establecidos en la caracterización de la población. Posteriormente se procederá a evaluar las entrevistas otorgadas por los dueños o responsables de estas empresas para encontrar factores comunes, a través de la comparación, entre ellas para con los limitantes de crecimiento y que además se vinculen con el marco conceptual. Para lograr encontrar estos factores comunes se procederá a reducir la información, y luego codificar cada uno de los factores encontrados en las entrevistas, utilizando el software de análisis de data cualitativa Atlas.ti en su versión 7.0, que permite realizar dicha actividad de manera más eficaz.

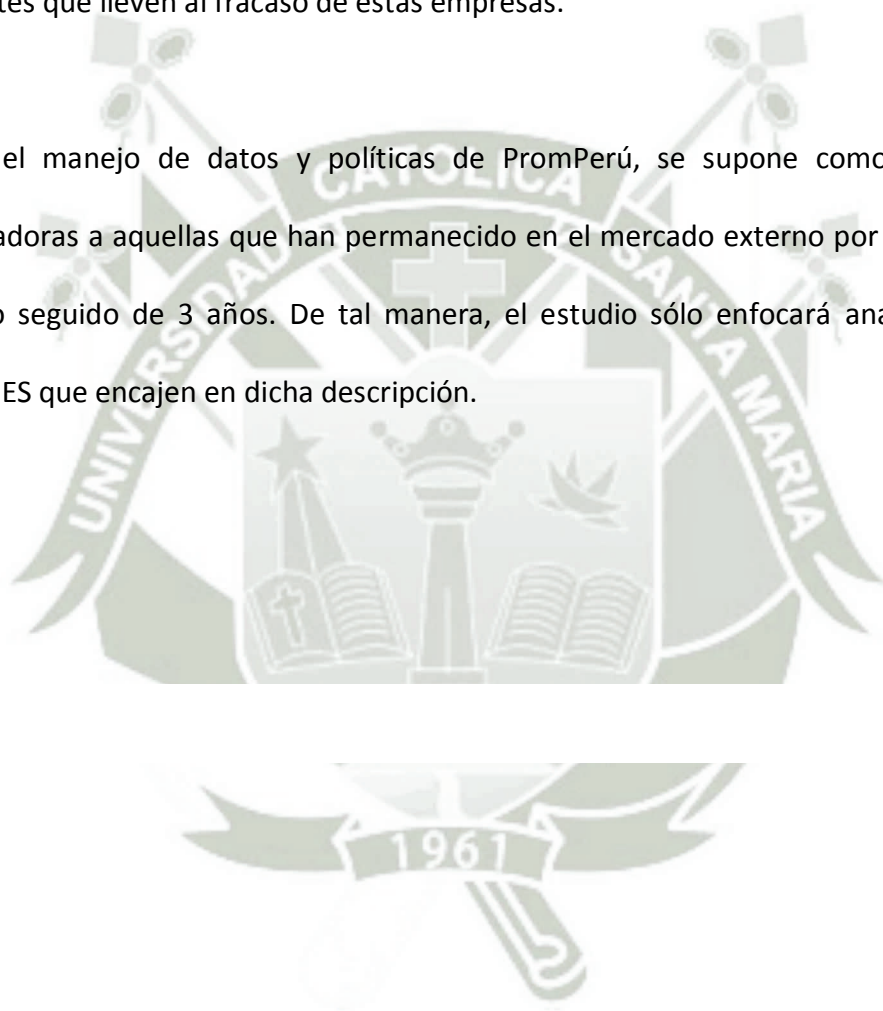
3.5. Suposiciones y Limitantes

Para el estudio de los factores asociados al alto fracaso de MIPYMES en Arequipa, se consideraron los siguientes supuestos.

1. Se considera que las empresas que dejan de crecer son altamente propensas a la mortandad. Entonces los factores que limitan al crecimiento deben ser los factores que inciden en el alto fracaso de las MIPYMES. De tal manera se ha trabajado con empresas

que encuentren en estos momentos limitantes para su continuo crecimiento, y no con aquellas que ya han desaparecido al ser difícil su localización.

2. Se considera que las empresas que están dejando de exportar, son aquellas que están encontrando limitantes en su crecimiento, y pueden ser estos, en gran medida, limitantes que lleven al fracaso de estas empresas.
3. Según el manejo de datos y políticas de PromPerú, se supone como empresas exportadoras a aquellas que han permanecido en el mercado externo por un periodo mínimo seguido de 3 años. De tal manera, el estudio sólo enfocará análisis en las MIPYMES que encajen en dicha descripción.



Capítulo IV: Situación Actual de MIPYMES de Perú y Región Arequipa

Para continuar con el estudio, es necesario presentar el caso actual de las MIPYMES en el país y en especial en la región Arequipa, a manera de contextualizar la situación de éstas, registrarla con el marco teórico presentado y obtener una visión macro de su problemática. El presente capítulo tiene, entonces, dos objetivos: El primero es obtener una comprensión macro de las MIPYMES en Perú y en Arequipa, a manera de entender el contexto en el que se desenvuelven como el tipo de organización, sector económicos en que actúan, número de trabajadores, nivel de ventas en UIT, etc. Y como segundo objetivo se encuentra el estudio de las MIPYMES exportadoras y la comprensión de su problemática específica.

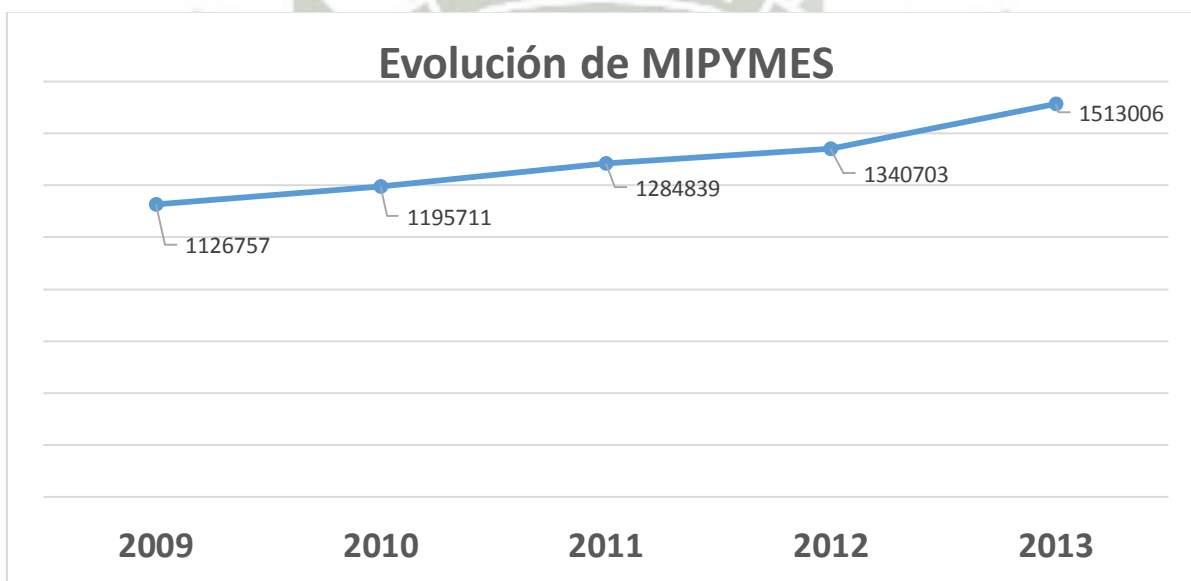
Para llevar a cabo estos dos objetivos, se procederá a analizar y utilizar fuentes de información obtenidas a través del Ministerio de la Producción, principalmente de sus estudios anuales de MIPYMES incluidos hasta el año 2013, y como segunda fuente básica se utilizará la base de datos obtenida a través de PromPerú por la SUNAT sobre las empresas exportadoras en Arequipa, la misma que tendrá que ser depurada y seleccionada para enfocarla al estudio.

4.1. Evaluación General de MIPYMES

4.1.1. Estadísticas Generales de las MIPYMES

Para identificar el contexto de las MIPYMES en Perú, se presenta a continuación datos estadísticos generales de estas empresas obtenidos a través del Ministerio de la Producción, a través de PRODUCE.

Hacia finales del año 2013, existían un total de 1 513 006 MIPYMES inscritas en el RUC de la SUNAT, se considera que el ritmo anual de crecimiento de estas empresas fue de 7.6% entre los años 2009 y 2013. Como se muestra en el cuadro 2, la línea de evolución de MIPYMES sigue una tendencia positiva, en la tasa de creación de nuevas empresas viene aumentando desde el año 2009 e incluso antes, según la Dirección de Estudios Económicos de MYPE e Industria (DEMI) esta tasa siguió un orden de 11.8% anual en promedio.



Cuadro 2: Evolución de las MIPYMES formales, 2009-2013. Fuente: SUNAT, Registro Único del Contribuyente 2013. Elaboración Propia

Sin embargo la estructura empresarial peruana no ha cambiado sustancialmente respecto a lo ocurrido en el pasado, conformando las MIPYMES más del 99% del número de empresas en el Perú (valores con respecto a empresas formales). En general para el Perú, la mayor parte de sus empresas son del tipo *Micro*, como lo señala el siguiente cuadro de la SUNAT:

Estrato Empresarial	Número de Empresas	%
Microempresa	1 439 778	94.6
Pequeña empresa	70 708	4.6
Mediana empresa	2 520	0.2
Total de MIPYMES	1 513 006	99.5
Gran empresa	8 306	0.5
Total de empresas	1 521 312	100

Tabla 12: Empresas Formales según Segmento Empresarial. Fuente: SUNAT, Registro Único del Contribuyente 2013
Elaboración Propia

A través de esta información se observa la importancia que tiene para el Perú la permanencia de estas MIPYMES, especialmente de las microempresas, al ser por sí solas más del 95% del tejido empresarial peruano. Dentro de las mismas empresas, la gran mayoría se encuentra constituida legalmente como *persona natural*, aspecto lógico al ser gran parte microempresas, sin embargo las pequeñas y las medianas empresas se encuentran constituidas como personas jurídicas del tipo sociedad anónima cerrada, como se puede observar en las tablas 13 y 14.

Tipo de Contribuyente	Número de Empresas	Participación (%)
Persona Natural	1 076 505	70.8
Sociedad Anónima Cerrada	208 314	13.7
EIRL	136 862	9.0
SCRL	62 411	4.1

Sociedad anónima	22 089	1.5
Sociedad irregular	7 526	0.5
Sociedad civil	1 954	0.1
Otros	5 651	0.4
Total de empresas formales	1 521 312	100

Tabla 13: Empresas formales según tipo de contribuyente, 2009-2013. Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2013. Elaboración Propia

Si bien el 70% de MIPYMES se constituye como persona natural, dentro de las mismas existen distribuciones diferentes: El 74% de las microempresas son personas naturales, mientras que la mayoría de pequeñas y medianas empresas se constituyen como sociedades anónimas cerradas.

Tipo de Contribuyente	Micro	Part (%)	Pequeña	Part (%)	Mediana	Part (%)
Persona Natural	1 065 037	74 11.9	11 159	15.8	126	5
Sociedad Anónima Cerrada	171 829	8.5	31 109	44	1313	52.1
EIRL	121 758	3.6	14 225	20.1	305	12.1
SCRL	52 347	1.1	8 857	12.5	346	13.7

Sociedad anónima	15 264	0.5	4 041	5.7	367	14.6
Sociedad irregular	6 911	0.1	567	0.8	15	0.6
Sociedad civil	1 738	0.3	170	0.2	15	0.6
Otros	4 894	0.3	580	0.8	33	1.3
Total de empresas formales	1 439 778	100	70 708	100	2 520	100

Tabla 14: MIPYMES formales según tipo de contribuyente y estrato empresarial, 2009-2013. Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013. Elaboración Propia

Cabe destacar que según su tipo de constitución también varía el régimen tributario en el que se encuentran acogidas las MIPYMES. Según SUNAT, el 98.8% de las pequeñas empresas se encuentra acogidas al régimen general y el resto al régimen especial. Con respecto a las medianas empresas, se encuentran totalmente acogidas al régimen general. Empero, las microempresas muestran una distribución diferente y bastante pareja, el 40.3% son parte del régimen único simplificado (RUS), mientras que un 38.8 es parte del régimen general, el resto se acoge al régimen especial.

Otra estadística importante a analizar es el nivel de ventas que tienen las MIPYMES, para el 2013 más de la mitad tuvo ventas anuales iguales o menores a 13 UIT. Siendo la mayor participación en empresas con un rango de ventas menores o iguales a 2 UIT (29.2%), o sea ventas mensuales menores o iguales a S/. 617.00. La siguiente gran participación (24.5%), se da con ventas entre 13 y 20 UIT, lo que equivale a decir ventas mensuales entre S/. 4000

y S/. 6 160. Sin embargo, otra característica importante de las MIPYMES en el país, es que las mismas cuentan con un rango de trabajadores bajo, llegando casi al 97% a tener un máximo de 5 trabajadores, y una mínima cantidad de empresas a contar con más de 20 trabajadores. Es importante señalar que los datos obtenidos por el Ministerio de la Producción para la cantidad de trabajadores, fue obtenida en base al número de trabajadores dependientes por las empresas mediante planilla electrónica.

A través de estos datos podemos concluir que la importancia de las MIPYMES para la generación de empleo no radica en la capacidad individual de cada uno para contratar trabajadores, sino en el gran número agregado de empresas que existen.

Rango de trabajadores	Micro	Part(%)	Pequeña	Part(%)	Mediana	Part(%)	MIPYME	Part(%)
0-5	1 414 966	98.3	37 823	53.5	468	18.6	1453 257	96.1
6-10	21 852	1.5	19 004	26.9	588	23.3	41 444	2.7
11-20	1 818	0.1	6 150	8.7	451	17.9	8 419	0.6
21-50	903	0.1	4 968	7	404	16	6 275	0.4
51-100	204	0	2 513	3.6	483	19.2	3 200	0.2
101-200	11	0	124	0.2	55	2.2	190	0
Mayor a 200	24	0	126	0.2	71	2.8	221	0
Total	1 439 778	100	70 708	100	2520	100	1 513 006	100

Tabla 15: MIPYMES por estrato empresarial según número de trabajadores, 2013. Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013. Elaboración Propia

Con respecto al desarrollo de las MIPYMES dentro del Perú, la gran mayoría se ha ubicado en la costa, hecho que toma relación, ya que en dicha zona se tiene un acceso a mercados más amplios, así como también a más servicios y bienes. Sin embargo, el crecimiento entre los años 2009-2013 ha sido bastante parejo en todas las regiones, siendo las de mayor incremento: Apurímac, Madre de Dios, Huancavelica, Cusco y Ayacucho. Como se verá en unos apartados, todas estas regiones (exceptuando Cusco) presentan bajos niveles de empresarialidad.

A continuación se presenta una tabla donde se aprecia el crecimiento de las MIPYMES en las regiones:

Regiones	2009	2013	Crecimiento Promedio Anual
Amazonas	6 429	8 448	7.1
Ancash	34 690	44 199	6.2
Apurímac	7 168	11 783	13.2
Arequipa	65 301	85 556	7
Ayacucho	11 545	16 976	10.1
Cajamarca	22 335	31 912	9.3
Callao	37 955	48 537	6.3
Cusco	39 115	58 588	10.6
Huancavelica	4 010	6 025	10.7

Huánuco	14 267	20 261	9.2
Ica	27 200	38 844	9.3
Junín	39 908	56 675	8.2
La Libertad	58 686	78 944	7.7
Lambayeque	39 707	52 709	7.3
Lima	551 149	722 372	7
Loreto	20 350	26 338	6.7
Madre de Dios	6 355	10 364	13
Moquegua	8 321	10 526	6.1
Pasco	7 460	9 812	7.1
Piura	42 098	59 195	8.9
Puno	21 167	30 953	10
San Martín	19 033	27 405	9.5
Tacna	19 229	25 421	7.2
Tumbes	8 207	11 189	8.1
Ucayali	15 072	21 974	9.9
Total	1 126 757	1 513 006	7.6

Tabla 16: Crecimiento de MIPYMES por región, 2009-2013. Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013.
Elaboración Propia

Como se puede observar todas las regiones (excepto una) tuvieron un crecimiento de más de un 7% en el número total de MIPYMES, cabe destacar que Arequipa es la segunda región después de Lima, en contar con el mayor número de empresas (relacionado con nuestro aporte al PBI cercano al 7%).

Dentro de estas empresas, la gran mayoría pertenece al nivel micro, como se ve en las estadísticas nacionales presentadas a continuación:

Regiones	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Amazonas	96.2	3.4	0.2	0.2	100
Ancash	96.1	3.6	0.1	0.2	100
Apurímac	97	2.7	0.1	0.2	100
Arequipa	95.6	3.9	0.1	0.3	100
Ayacucho	96.2	3.5	0.1	0.2	100
Cajamarca	95.8	3.8	0.1	0.2	100
Callao	94.6	4.5	0.2	0.7	100
Cusco	97	2.7	0.1	0.2	100
Huancavelica	97.8	2.1	0	0.1	100
Huánuco	96.4	3.3	0.1	0.2	100
Ica	95.5	4.1	0.1	0.3	100
Junín	97	2.7	0.1	0.2	100
La Libertad	95.8	3.8	0.1	0.3	100
Lambayeque	96.6	3.1	0.1	0.2	100
Lima	93.2	5.8	0.2	0.8	100
Loreto	94.3	5.1	0.1	0.5	100
Madre de Dios	94.8	4.4	0.2	0.6	100

Moquegua	97.3	2.4	0	0.2	100
Pasco	96.4	3.4	0.1	0.1	100
Piura	95.9	3.7	0.1	0.3	100
Puno	96.2	3.4	0.1	0.3	100
San Martín	95.9	3.7	0.1	0.3	100
Tacna	96.8	2.9	0.1	0.2	100
Tumbes	96.6	3	0.1	0.2	100
Ucayali	94.7	4.7	0.2	0.4	100
Total	94.6	4.6	0.2	0.5	100

Tabla 17: Composición MIPYMES por región, 2013. Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013. Elaboración Propia

Podemos notar que la región con mayor participación de microempresas es Huancavelica, sin embargo es la región con el menor número de empresas en todo el Perú, aspecto relacionado además a ser una de las regiones, junto a Cajamarca y Ayacucho, más pobre del país. Asimismo, hay que destacar que Arequipa es la región con la mayor proporción de pequeñas empresas luego de Lima-Callao.

4.2. MIPYMES por Actividad Económica

Es importante analizar y entender en qué tipo de sector actúa la mayoría de las MIPYMES del país. Según el Registro Único del Contribuyente del año 2013 realizado por la SUNAT cada año, casi el 50% de este tipo de empresas se encuentra en el sector económico del

comercio, siendo en el caso nacional 694 358 MIPYMES, del mismo la mayoría tiene una organización individual.

El segundo sector económico en donde hay mayor participación de las MIPYMES es en servicios, seguido del sector manufactura. En ambos se ha encontrado que la gran mayoría está constituida de manera individual y no organizada como sociedades. El caso de organizaciones societarias mayoritarias para un sector se presenta en minería y construcción, aspecto comprensible ya que de esta manera permiten administrar el capital invertido de mejor manera, así como obtener un financiamiento oportuno respecto a una estructura definida con responsabilidades específicas, además empresas con organizaciones societarias poseen un marco jurídico en la Ley General de Sociedades.

Sector Económica	No (2009)	%	No(2013)	%	Incremento
Comercio	512 738	45.5	694 358	45.9	6.3
Servicios	438 964	39	589 357	39	6.1
Manufactura	115 122	10.2	144 506	9.6	4.7
Construcción	28 301	2.5	47 378	3.1	10.9
Agropecuario	22 419	2	24 131	1.6	1.5
Minería	5 967	0.5	9 620	0.6	10
Pesca	3 246	0.3	3 656	0.2	2.4
Total	1 126 757	100	1 513 006	100	6.1

Tabla 18: Composición de sectores de MIPYMES, 2013. Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013.
Elaboración Propia

De esta información se aprecia que la mayor concentración de las MIPYMES se encuentra en los sectores comercio y servicio, llegando al 85% de las mismas. Hay que notar que si

bien fueron los sectores con mayor crecimiento también son, según PRODUCE, sectores que reflejan muy bajos niveles de productividad.

Entonces, existen pocas grandes empresas con altos niveles de productividad y miles de microempresas con bajísimos niveles de productividad, haciéndose notoria la ausencia de medianas empresas, que sólo forman parte del 0.2% de las MIPYMES formales.

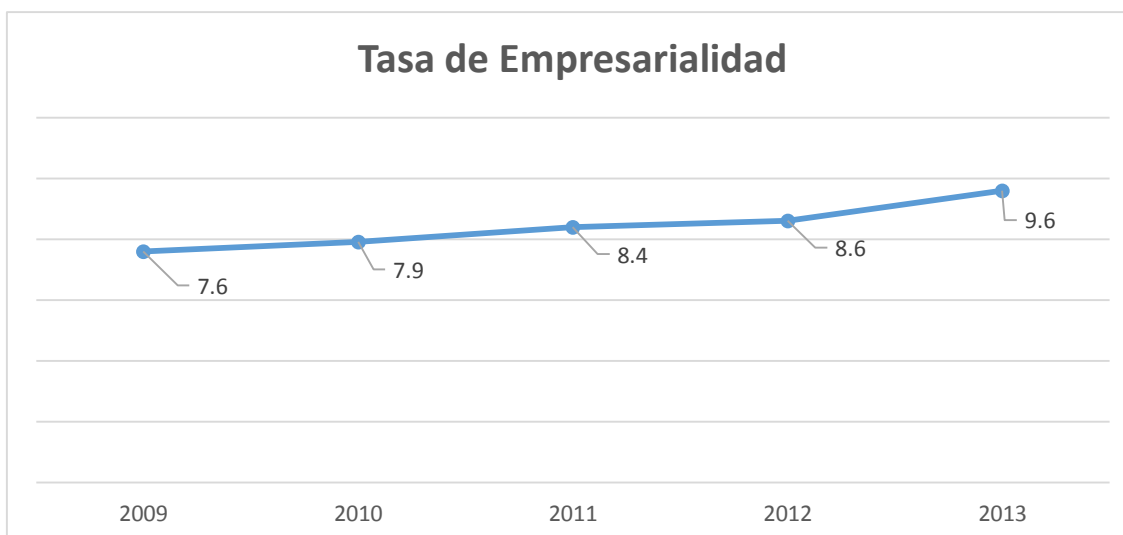
4.3. Empresarialidad Nacional

La empresarialidad nacional se obtiene a través del siguiente indicador:

$$Tasa\ de\ Empresarialidad = \frac{Número\ de\ MIPYMES\ formales}{PEA\ ocupada} * 100$$

La misma se define como la relación entre las MIPYMES y la población económicamente activa que se encuentra ocupada. Representa el porcentaje de la PEA ocupada que conduce una MIPYME formal por decisión e iniciativa propia.

Esta tasa ha aumentado en la última década, es decir que el nivel de la PEA que tiene a su cargo algunas MIPYME formal se ha incrementado. En promedio según datos obtenidos por la SUNAT e INEI, el porcentaje de crecimiento anual, entre 2009 y 2013, fue de 8.4%.



Cuadro 3: Crecimiento Tasa de Empresarialidad, 2009-2013. Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013. Elaboración Propia

A través del gráfico anterior obtenida por la SUNAT y el INEI en la “Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza”, se puede apreciar el crecimiento del número de MIPYMES que es una de las variables exógenas que explica el crecimiento de la *Tasa de Empresarialidad*, la misma que en el 2013 fue de 9.6, señala que de cada 100 peruanos pertenecientes de la PEA ocupada, 10 son conductores de una MIPYME formal.

4.3.1. Empresarialidad Regional

Según el Ministerio de la Producción el caso del nivel de empresarialidad en las regiones (menos Lima) se ve determinada por dos factores: Factores personales y el entorno institucional. Sin embargo cada uno cuenta con factores propios. En el caso del primer factor cuentan:

- **Actitud:** Comprende el potencial del empresario en aspectos como la motivación, el perfil personal y las redes de contactos para resolver problemas respecto a la gestión de la empresa.
- **Recursos Disponibles:**
 - *Conocimiento y Capacidades:* Importante factor para llegar al éxito de la empresa. Se refiere al stock de conocimientos, experiencia y visión para operar en el mercado.
 - *Recursos:* Financieros y tecnológicos para poner en marcha la empresa.

Con respecto al entorno institucional se encuentran dos tipos de factores, los sectoriales y los macroeconómicos:

- **Factores Sectoriales:** Influyen en la entrada de empresas y afectan su éxito por medio de la tasa de rentabilidad esperada, la demanda potencial y las tasas de rentabilidad del sector.
- **Factores Macroeconómicos:** La política económica tiene influencia en la rentabilidad sectorial a través de las políticas fiscales y monetarias que influyen en los niveles de tributos, tasas de interés, el marco regulatorio y de promoción.

En el siguiente gráfico, obtenido por la SUNAT y elaborado por PRODUCE, se presenta la tasa de empresarialidad de las MIPYMES para cada una de las 25 regiones del Perú. Como

puede observarse, Lima lidera estas estadísticas con una tasa de 14.9, lo que quiere decir que de cada 100 personas 15 son conductores de una MIPYME formal. Sin embargo es aún más relevante que de las 7 regiones que lideran, 6 se encuentran en la costa, ¿pudiendo ser entonces este un factor relevante de que la empresarialidad se da más en las regiones costeras por las condiciones que presentan? Un punto importante a analizar es el de la región Madre de Dios que no sólo se encuentra en el *top tres* de la tasa de empresarialidad sino que es la única dentro de las líderes que ha tenido un crecimiento promedio anual mayor al promedio, dejando de lado a otras regiones con tasas de empresarialidad elevadas como Lima, Tacna, Arequipa o Moquegua. A través de este estudio podemos observar que Madre de Dios representa un interesante punto de estudio para las MIPYMES.

Dentro de las regiones con niveles de empresarialidad menores al promedio nacional destacan Huancavelica, en primer lugar, seguido de Amazonas, Cajamarca, Puno y Huánuco. Se entiende sin determinaciones causales que estas regiones también representan los niveles de pobreza más elevados del Perú dentro de las estadísticas presentadas por el INEI en el año 2014, llegando a niveles de pobreza del 50% de la población de cada una de esas regiones. Tal relación puede ser explicada además que altos niveles de pobreza, significan la no capacidad de ahorro y por lo tanto esta gente ingresa en un círculo vicioso donde si no existe el ahorro tampoco existe la inversión, o sea el capital necesario para crear algunas MIPYME.

Sin embargo, estas regiones con un bajísimo nivel de empresarialidad también son aquellas que han tenido el mayor crecimiento promedio anual, todas por encima del 9%, a diferencia

de regiones con niveles de emprendimiento alto como Lima, Arequipa y Tacna que han tenido un crecimiento promedio anual en el orden del 4-5%. Observación distinta se ve para Loreto, región que presenta una tasa de empresarialidad medio baja, y a diferencia de todo ese grupo, con niveles de crecimiento promedio pobre en el orden de 4%. Casi todas las demás regiones se encuentran cerca o en el promedio nacional de empresarialidad como de crecimiento.

Regiones	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio
Amazonas	2.9	3.1	3.2	3.4	3.7	3.3
Ancash	6.1	6.4	7	7	7.6	6.8
Apurímac	3.2	3.4	3.8	4.1	4.7	3.8
Arequipa	10.9	11.2	11.6	12.2	12.9	11.8
Ayacucho	3.6	3.9	4.2	4.6	5	4.3
Cajamarca	2.7	3	3.4	3.7	4	3.4
Callao	8.1	8.3	8.7	8.7	9.6	8.7
Cusco	5.6	6	6.4	6.9	8.1	6.6
Huancavelica	1.7	1.8	2.1	2.1	2.4	2
Huánuco	3.4	3.6	3.9	4.1	4.6	3.9
Ica	7.4	7.7	8.2	8.7	9.6	8.3
Junín	6.2	6.5	6.8	7.2	8.1	7
La Libertad	6.8	7	7.6	7.7	8.8	7.6

Lambayeque	6.6	6.9	7.4	7.6	8.5	7.4
Lima	12.3	12.6	13.1	13.2	14.9	13.2
Loreto	4.5	4.8	5.1	4.8	5.3	4.9
Madre de Dios	9.5	9.6	10.5	13.3	13.8	11.3
Moquegua	9.2	9.3	10.1	9.7	10.5	9.8
Pasco	5	5	5.7	5.6	6.4	5.6
Piura	5	5.3	6	6.1	6.8	5.8
Puno	2.9	3	3.2	3.5	4	3.3
San Martín	4.9	4.9	5.2	5.8	6.4	5.4
Tacna	12.2	12.2	12.9	13.6	14.7	13.1
Tumbes	7.1	7.5	8.1	8.4	9.1	8
Ucayali	6.3	6.5	7	7.2	8.5	7.1
Total	7.6	7.9	8.4	8.6	9.6	8.4

Tabla 19: Tasa de empresarialidad por región, 2009-2013. Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013.
Elaboración Propia

Se denota el caso para la *región Arequipa* que tiene una tasa de empresarialidad de 12.9, es decir que de cada 100 personas, 13 eligieron conducir una MIPYME formal por iniciativa propia, tasa que se encuentra por encima del promedio. Esto explica también el segundo puesto que ocupa la región en cantidad de (85 556) empresas, sólo después de Lima, debido principalmente a la cantidad de personas que habitan en la región y al porcentaje de estas que son parte de la PEA, calculándose de la siguiente manera:

Población Económicamente Activa Ocupada = 663 225 personas

Número de MYPEs formales = 85 556

$$T.E = \frac{85\,556}{663\,225} * 100 = 12.90$$

El ratio obtenido justifica, a la vez, la realización de esta investigación, ya que del indicador explica que existe (con respecto al nivel nacional) un alto nivel de emprendimiento en la Región Arequipa y sobretodo en la ciudad capital que concentra casi el 70% de la población del departamento.

Sin embargo este ratio debe ser más elevado ya que el número de empresas informales es de considerable importancia en la región y por lo mismo, un factor considerable a variar el indicador obtenido.

4.4. Generación de Empleo y Aporte al PBI

4.4.1. Generación de Empleo

Las MIPYMES son un segmento importante en la generación de empleo, aproximadamente un 72% de la población se encuentra trabajando en una micro, pequeña o mediana empresa. Entendiéndose, entonces, lo importante que es atender sus necesidades para la mejora del bienestar de la población.

ESTRATO EMPRESARIAL	%EMPLEO
Microempresas	45.3%
Pequeña y Mediana empresa	27.0%
Gran empresa	27.7%
TOTAL	100.0%

Tabla 190: Aporte a empleo por tamaño de empresa. Fuente: INEI-ULPYME. Elaboración Propia

4.4.2. Aporte al PBI

El aporte de las micro, pequeñas y medianas empresas asciende al 40% del producto del país. Concluyéndose, entonces, que un gran número de empresas generan menos de la mitad del producto bruto del país, respaldando lo señalado en acápites anteriores, respecto a su poca capacidad de generar importantes ingresos.

ESTRATO EMPRESARIAL	% DEL PBI
Microempresas	20.0%
Pequeña y Mediana empresa	20.0%
Gran empresa	60.0%
TOTAL	100.0%

Tabla 201: Aporte a PIB por tamaño de empresa. Fuente: INEI-ULPYME. Elaboración Propia

Analizando con mayor detalle, en la siguiente tabla, la contribución de la micro y pequeña empresa dentro del PBI por sector, podemos apreciar que los más importantes son servicios con 21%, agricultura con 10.4%, manufactura con 6.9% %. Otro dato relevante nos muestra que el 90% de las empresas dedicadas a la agricultura son MIPYMES, manteniéndose en los demás sectores una media de 30 a 40%. Estos datos nos indican el gravitante peso de las MIPYMES en el sector servicios como ente generador del PBI.

PARTICIPACIÓN DE LAS MIPYMES EN EL PBI			
	Participación sectorial (%)	MIPYME en cada sector (%)	Participación de MIPYME (%)
SECTOR	(1)	(2)	(3)
AGRICULTURA	11.6	90	10.4
PESCA	1	30	0.3
MINERÍA	2.5	5	0.1
MANUFACTURA	23.1	30	6.9
CONSTRUCCIÓN	8.8	35	3.1
SERVICIOS	53	40	21.1
TOTAL	100		
(1) Contribución de cada sector en el PBI. Fuente INEI			
(2) Participación de la PYME en el producto de cada sector			
(3) Participación global de la PYME en el PBI ($3=1*2$)			

Tabla 212: Participación de MIPYMES en PBI. Fuente: INEI-CONAHO Elaboración Propia

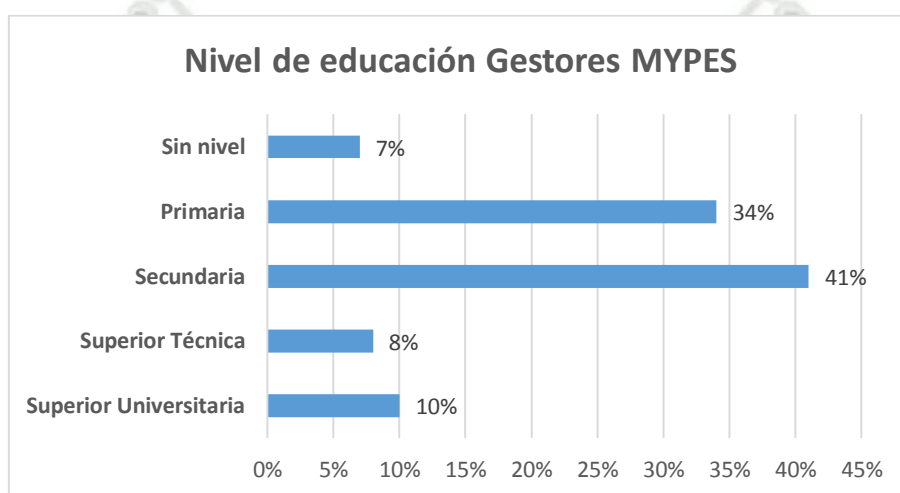
A través del cuadro mostrado se puede resumir que el enfoque de este estudio debe estar más abocado a las MIPYMES de los siguientes sectores:

- Servicios
- Agricultura
- Manufactura

Al ser los mismos los que representan la mayor participación global en el PBI.

4.5. Nivel de Educación de MYPES

Un factor importante a tener en cuenta para buscar los factores causales de la alta tasa de fracaso de MIPYMES es el nivel de educación, que permite el fácil manejo y entendimiento de las herramientas y las facilidades que este le pueda dar al usuario en la gestión de su empresa. Así pues tenemos el siguiente cuadro que nos muestra el nivel de educación para las micro y pequeñas empresas.



Cuadro 4: Nivel de educación de la MYPE. Fuente: INEI-CONAHO. Elaboración Propia

Podemos observar que un gran número de empresarios se encuentra sólo con nivel de educación secundaria, lo cual implica que su nivel de capacitación en herramientas de gestión son bajas, acentuándose según se vaya incrementando la edad de los propietarios y estén menos acostumbrados a nuevas tecnologías.

4.6. MIPYMES Exportadoras

A continuación se procederá a hacer un análisis más detallado de las MIPYMES exportadoras, sector económico al que apunta este estudio. En primer lugar se revisarán las estadísticas nacionales sobre el sector exportación en estos estratos empresariales para así cumplir con el primer objetivo de este capítulo, pasando posteriormente a un análisis sobre las MIPYMES exportadoras en la región de Arequipa.

Frente a nuestro país, como una economía pequeña y abierta, la exportación representa una excelente oportunidad para ampliar el mercado y ofrecer más oportunidades. Así, para el caso de la economía peruana, las exportaciones representan un importante componente del PBI, más ahora que se quiere utilizar el método de promoción de exportaciones, como posible camino al crecimiento y desarrollo económico. Con respecto al 2013, las MYPYMES exportadoras representaron el 75.1% del total de empresas que exportaron. Entre los años 2009 y 2013, el total de MIPYMES que exportaron se incrementó en un 6%, como veremos a continuación.

4.6.1. Crecimiento de Exportaciones

A partir de la siguiente tabla se puede analizar la evolución de las empresas exportadoras. Cabe resaltar el número de microempresas exportadoras que ha venido reduciéndose en los últimos cinco años, contrarrestando la data observada con anterioridad, con respecto al crecimiento de las microempresas formales durante el mismo periodo analizado. Sin embargo, el número de pequeñas y medianas empresas exportadoras aumentó en 14.9% y 5.2% respectivamente.

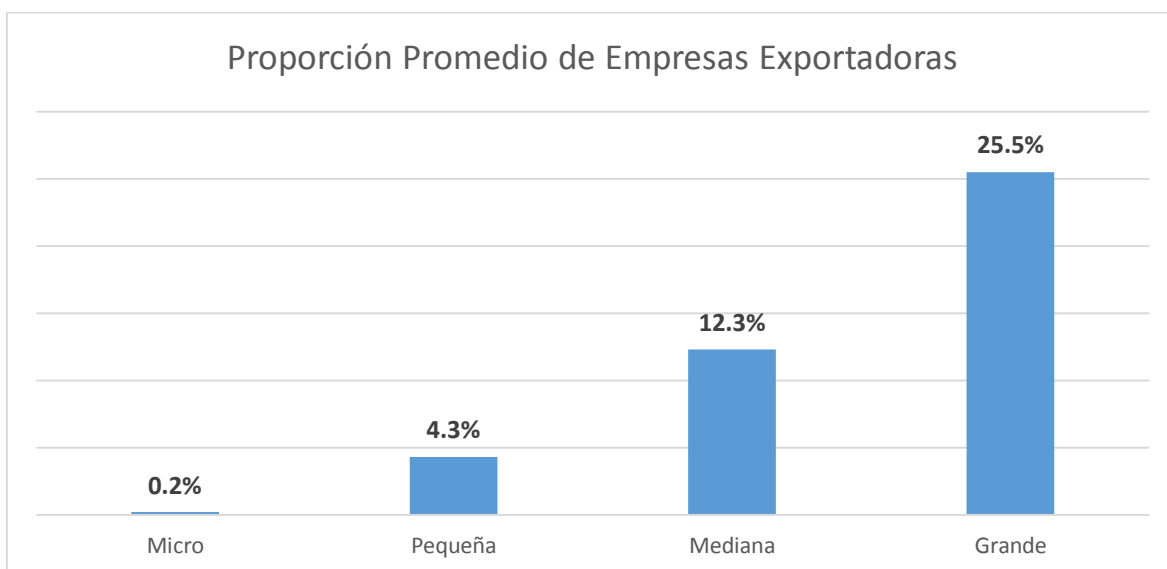
Año	No de Empresas	Micro	Pequeña	Mediana	Gran	Total
2009	Nº	2 831	2 437	268	1 536	7 072
	%	40	34.5	3.8	21.7	100
2010	Nº	2 828	2 374	263	1 695	7 160
	%	39.5	33.2	3.7	23.7	100
2011	Nº	2 838	2 599	268	1 864	7 569
	%	37.5	34.3	3.5	24.6	100
2012	Nº	2 805	2 806	288	1 893	7 792
	%	36	36	3.7	24.3	100
2013	Nº	2 763	2 800	282	1 932	7 777
	%	35.5	36	3.6	24.8	1000

Tabla 223: Crecimiento de MIPYMES exportadoras, 2009-2013. . Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013. Elaboración Propia

A través de este primer análisis, podemos observar que la mayoría de microempresas que nacieron en este periodo no se han dedicado o no planean la exportación dentro de un futuro, sino dedicarse al mercado interno. Con respecto a las grandes empresas, se puede observar un crecimiento mayor al 25% en el número de estas empresas que ahora se dedican a la exportación.

Del cuadro anterior podemos inferir también que sólo el 0.5% de las empresas formales se han dedicado a la exportación en el 2013 (de un total de 1 555 400 empresas), entendiéndose entonces que la mayoría de empresas que existen en el país, se encuentran dedicadas al mercado interno y no se proyectan al mercado externo, sin embargo, este ratio

podría ser lógico al conocer que las microempresas nacidas en este periodo han preferido o apuntan al mercado interno y, son las microempresas las que componen casi el 95% de empresas en el Perú. Empero, de este 0.5% de empresas formales que exportaron, el 75% está conformado por MIPYMES, otorgando esto un gran nivel de heterogeneidad.



Cuadro 5: Proporción promedio de empresas exportadoras. . Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013. Elaboración Propia

A través de la gráfica anterior se entiende que a medida que se avanza en el estrato empresarial se tiende a incrementar la actividad exportadora, observándose el mayor incremento (de 2000 %) en el pase de micro a pequeña empresa. No obstante, la participación por el monto exportado de las MIPYMES es mínimo comparado a las grandes empresas que representan más del 95% de los valores FOB en mercados externos, como se observa en la siguiente tabla:

Tamaño	2012		2013		Var %
	US\$	%	US\$	%	
Empresarial					
Micro	173	0.4	239	0.6	38.3
Pequeña	1 246	3.0	1 294	3.4	3.9
Mediana	418	1.0	296	0.8	-29.3
Gran	40 180	95.6	36 655	95.2	-8.8
Total	42 017	100	38 483	100	-8.4

Tabla 234: Participación por monto exportado. Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013. Elaboración Propia

Se puede observar una disminución del monto exportado en un 8.4% para el 2013 comparado con el 2012, debido en su mayoría a la disminución del monto exportado de la gran empresa, seguido de la mediana empresa, por una disminución de los precios promedio de exportación. Ahora sabemos que esos precios vendrían reduciéndose aún más para el finalizado año 2014, que acabo con una balanza comercial negativa en 1480 millones de dólares y que llevaría a un incremento del tipo de cambio. A diferencia de lo que venía ocurriendo con los precios internacionales de las exportaciones tradicionales, el monto exportado por las micro y pequeñas empresas creció en 38.3% y 3.9% respectivamente, sin embargo como se señaló antes el monto exportado de las MIPYMES ha tenido una pequeña caída explicada sobre todo por la desaceleración de sectores fuertemente orientados a la exportación, como el sector textil, aspecto que se señalara en los siguientes capítulos del estudio.



Cuadro 6: Participación por monto exportado. Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013. Elaboración Propia

4.6.2. Análisis de las Exportaciones

En lo que se refiere a las propias exportaciones de las MIPYMES, se encontró en el acápite anterior que no supera el 5% del monto total exportado, de esta tasa, el 58% se encuentra concentrado en los sectores textil y agropecuario, como se observa en la siguiente tabla:

Sector	2012		2013		Var. %
	US\$	%	US\$	%	
Económico					
Textil	693	37.7	582	31.8	-16
Agropecuario	480	26.1	486	26.6	1.3
Pesquero no tradicional	187	10.2	202	11.1	8

Minero	39	2.1	173	9.5	339.2
Agrícola	64	3.5	68	3.7	5.3
Químico	102	5.5	60	3.3	-40.7
Metal- mecánico	51	2.8	50	2.7	-2.1
Minería no metálica	31	1.7	28	1.5	-2.3
Sidero- metalúrgico	13	0.7	23	1.2	80.5
Pesquero tradicional	17	0.9	16	0.9	-2.9
Resto	160	8.7	140	7.7	-12.4
Total	1 837	100	1 829	100	-0.5

Tabla 245: Concentración por sectores de monto exportado. . Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013.
Elaboración Propia

A través de la tabla anterior podemos observar lo importante que es el sector textil no sólo para las MIPYMES sino para incentivar las exportaciones peruanas, encontrándose en este sector una ventaja comparativa en la cual el país debería especializarse aún más para generar riqueza. La misma representa más del 30%, si bien en el año 2013, ésta, se redujo, lo mismo que se previó para el 2014. El caso del sector agropecuario, es de igual manera relevante al representar más del 25% del monto exportado por las MIPYMES, y el cual ha tenido un incremento del 1.3% con respecto al año anterior, a diferencia del sector textil que vio una caída en el monto exportado cercano al 16%.

A través de la siguiente tabla podemos observar que posiblemente los sectores en lo que más se han desarrollado las MIPYMES para la exportación son, el textil, pesquero no tradicional y agrícola-agropecuario, ya que representan aquellos con mayor representatividad.

	Total		Estrato Empresarial en %			
Sector	Millones	%	Micro	Pequeña	Mediana	Gran
Económico	US\$ FOB					
Agrícola	743	1.9	0.4	5.5	3.2	90.9
Agropecuario	3 283	8.5	0.9	11.2	2.8	85.2
Metal-mecánico	518	1.3	1.9	6.7	1	90.4
Minería no metálica	720	1.9	0.6	2.5	0.9	96.1
Minero	20 471	53.2	0.5	0.3	0.1	99.2
Pesquero no tradicional	1 060	2.8	0.7	13.8	4.6	80.9
Pesquero tradicional	1 700	4.4	0.1	0.8	0.1	99.1
Petróleo y derivados	4 803	12.5	0.0	0.0	0	100

Químico	1 438	3.7	0.4	2.9	0.9	95.8
Sidero- metalúrgico	1 176	3.1	0.1	1.3	0.5	98.1
Textil	1 918	5.0	3.0	23.8	3.6	69.7
Resto	655	1.7	2.7	15.8	2.8	78.7
Total	38 483	100	0.6	3.4	0.8	95.2

Tabla 256: Participación de MIPYMES por sector de exportación. . Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013. Elaboración Propia

Los sectores que han tenido una menor participación fueron el pesquero tradicional, minero y el de petróleo y derivados, que se encuentran más ligados a las grandes empresas.

Con respecto a la intensidad tecnológica del monto que exportan las MIPYMES, se conoce a través de la SUNAT y la CEPAL que gran parte de las exportaciones pertenece a manufacturas de baja tecnología y a bienes primarios, siendo los montos de manufactura de tecnología media y de alta tecnología, sólo un 2.8 % y 0.6%, respectivamente. En la siguiente tabla puede observarse los montos exportados según el estrato empresarial:

Intensidad Tecnológica	Millones US\$ FOB	%	Micro	Pequeña	Mediana	Gran
Bienes Primarios	19 223	50	0.2	2.5	0.8	96.5
Bienes Industrializados	11 368	29.5	0.9	6.7	1.1	91.3

Manufacturas basadas en recursos naturales	7 303	19	0.2	2.5	0.6	96.6
Manufacturas de baja tecnología	2 774	7.2	2.6	19.2	2.8	75.4
Manufacturas de tecnología media	1 117	2.9	0.8	3.2	0.5	95.4
Manufacturas de alta tecnología	174	0.5	1.3	3.8	1.2	93.7
Otras transacciones	7 892	20.5	1.3	0.7	0.1	97.9
Total General	38 483	100	0.6	3.4	0.8	95.2

Tabla 267: Intensidad tecnológica en exportaciones. . Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013. Elaboración Propia

Se observa que las MIPYMES tienen mayor participación en lo que refiere a las manufacturas de baja tecnología, llegando a un porcentaje del 24.6%, seguidos de manufactura de alta tecnología con un 6.3%.

4.6.3. Análisis de las Exportaciones por Producto

Existe una gran diferencia al momento de comparar las exportaciones de las micro, pequeña y medianas empresas con las de la gran empresa. Las grandes empresas se encuentran más enfocadas a la exportación de oro en bruto, mineral de cobre y concentrado del mismo. Por otro lado, las MIPYMES se enfocan en oro en bruto, polos de algodón, camisas interiores de

punto, y en el café. Según PRODUCE, nueve de los principales productos exportados por las MIPYMES son no tradicionales, sin embargo gran parte de estos son bienes primarios y de manufactura de baja tecnología, es por ello que se requiere de I+D en estos sectores de las MIPYMES para lograr darle un mayor valor a los productos que venden al mercado exterior.

A través del cuadro presentado, se puede ver que los sectores que más se encuentran en la exportación peruana son el textil como el agrario, dentro de las MIPYMES, a decir verdad la participación del sector textil representa un 30.3% de las exportaciones de estas empresas.

Micro Empresas	Pequeñas Empresas	Medianas Empresas	Grandes Empresas
Oro en Bruto	Oro en Bruto	Café en grano	Oro en Bruto
Cebollas frescas o refrigeradas	Camisas y blusas de punto de fibras sintéticas	Mangos frescos o refrigerados	Minerales de cobre y sus concentrados
Mangos frescos o refrigerados	Paltas frescas	Uvas frescas	Nafta
Polos y camisetas interiores de punto	Polos y camisetas de punto, de otro material textil	Oro en bruto	Gas natural licuado
Otros polos de algodón	Conchas de abanico	Calamares y potas congeladas	Harina de pescado

Tejidos de punto con contenido de elastómeros	Tejidos de punto con contenido de elastómeros	Espárragos frescos o refrigerados	Minerales de plomo y sus concentrados
Calamares y potas, congeladas	Mangos frescos o refrigerados	Cebollas frescas o refrigeradas	Minerales de zinc y sus concentrados
Prendas de vestir de punto para bebés, de algodón	Uvas frescas	Conchas de abanico	Minerales de hierro y sus concentrados
Polos de algodón teñidos	Otros polos de algodón	Otros polos de algodón	Café en grano
Demás suéteres de lana	Polos de algodón teñidos	Langostinos congelados	Aceites crudos de petróleo

Tabla 278: Mayores exportaciones por producto por tamaño de empresa. . Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente, 2013. Elaboración Propia

A continuación, se presenta una serie de imágenes que logran detallar de manera más industrial las exportaciones del Perú.

En la siguiente imagen, obtenida a través del *Atlas de Complejidad Económica* de la *Universidad de Harvard*, se puede ver el grosor del tipo de productos que han salido del Perú en el 2013 de una manera dinámica:

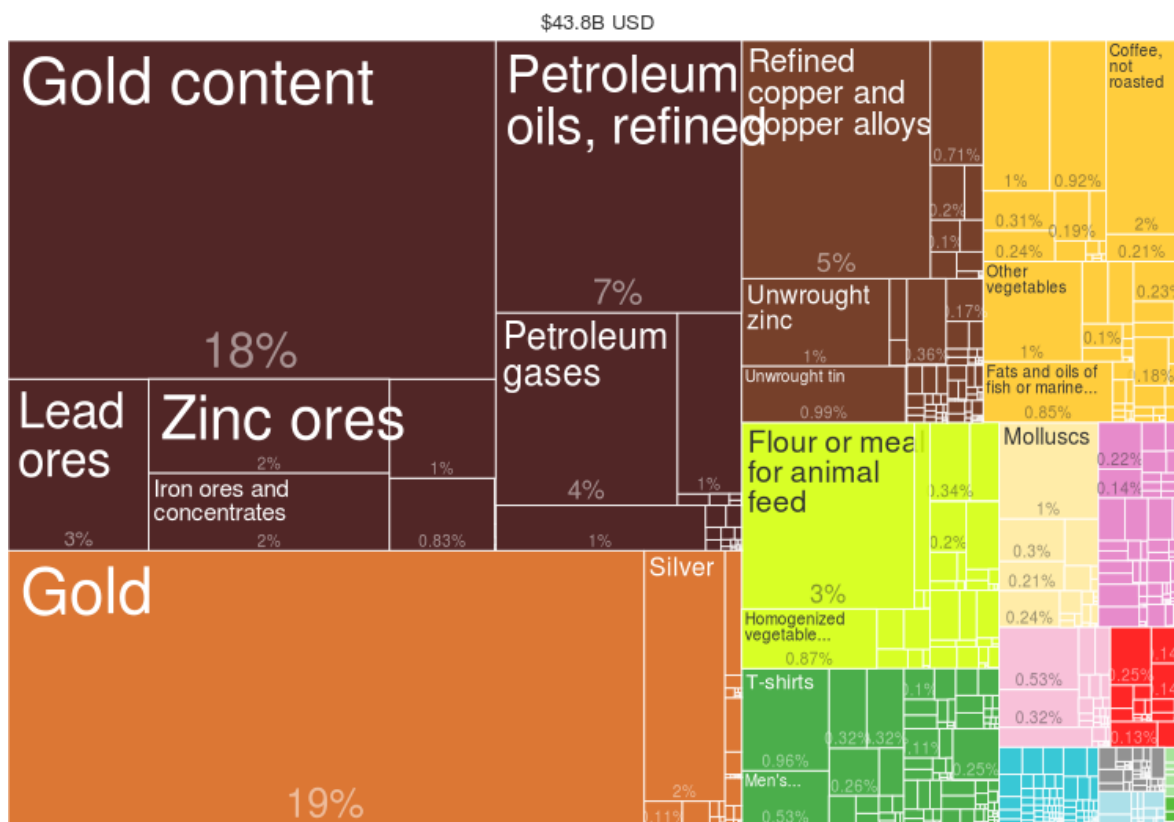


Imagen 1: Composición de exportaciones del Perú. Fuente: Atlas de Competitividad Económica, Universidad de Harvard. Elaboración: Centro para el Desarrollo Internacional en la Universidad de Harvard.

En la imagen se puede ver como más de un 50% de las exportaciones del año 2013 han sido correspondidas a productos minerales y metales, mientras que las exportaciones de las MIPYMES representadas, básicamente, por textilería, no pasa de 10%, dentro del cual se encuentran las salidas de textiles de grandes empresas.

En los últimos años, el sector textil ha venido disminuyendo su participación dentro de los montos exportados, como también el sector alimentario humano o para animales. A continuación, una serie de imágenes de los años 2000, 2005, 2009 y 2012 para demostrar este aspecto, que sólo resalta la falta de interés en el sector.

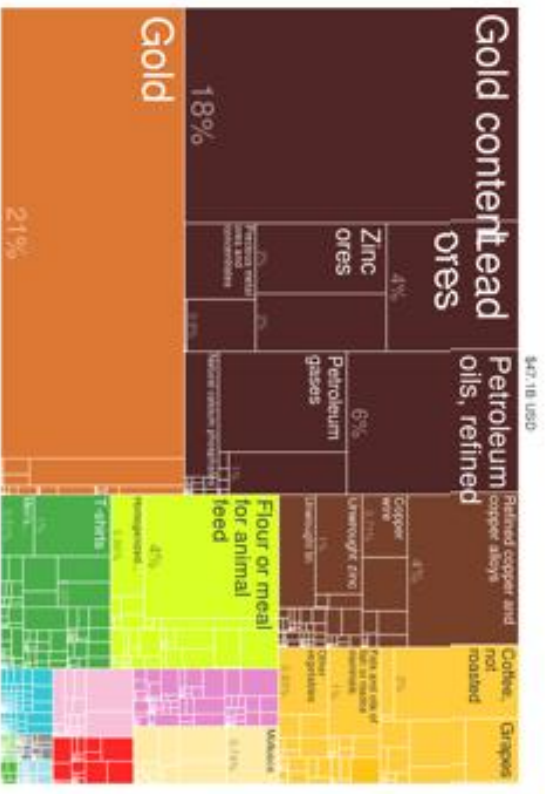
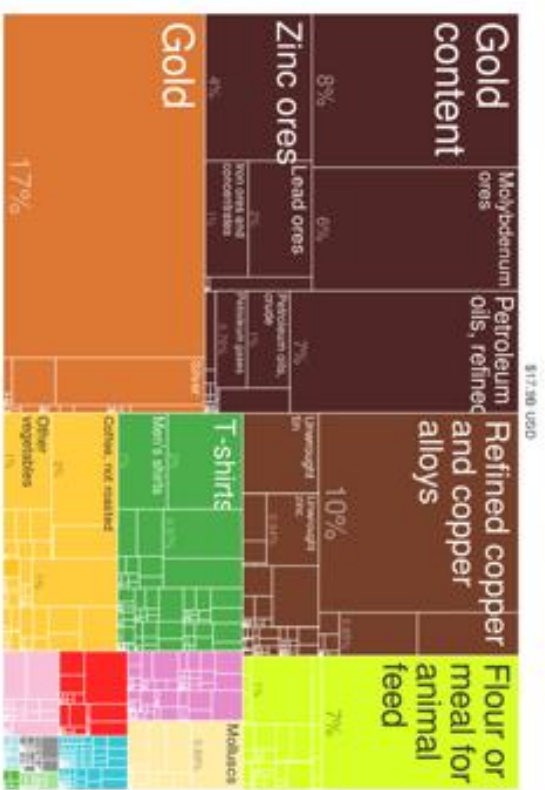
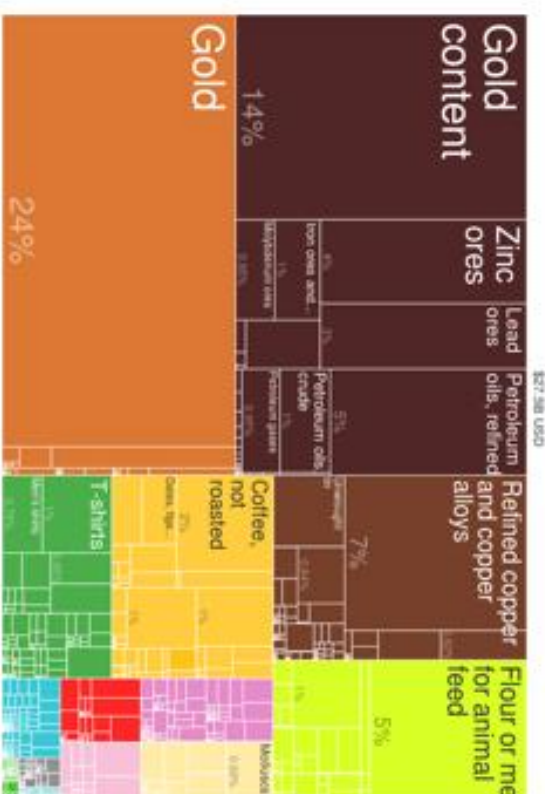
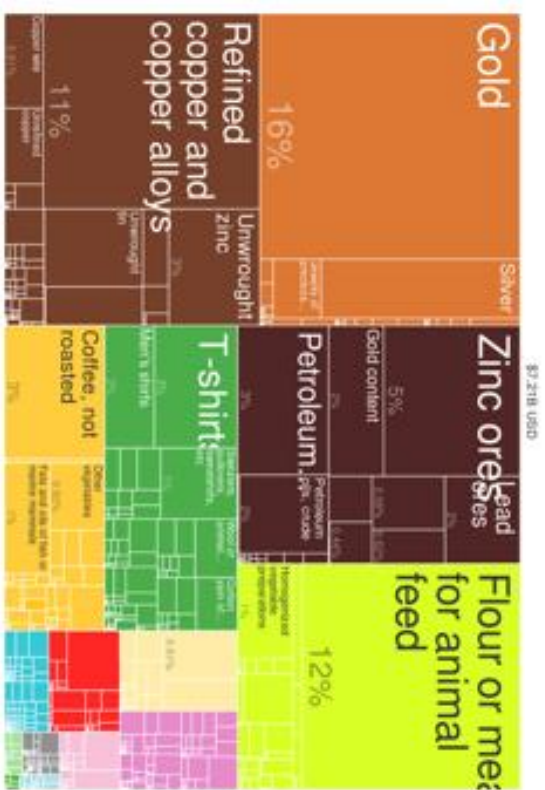


Imagen 2: Composición de exportaciones del Perú, 2000, 2005, 2009 y 2012. Fuente: Atlas de Competitividad Económica, Universidad de Harvard. Elaboración: Centro para el Desarrollo Internacional en la Universidad de Harvard.

Capítulo V: Evaluación de MIPYMES de la Región Arequipa

El presente capítulo se encuentra destinado a analizar los datos secundarios obtenidos a través de PromPerú así como de la SUNAT oficina de Arequipa. Esta base de datos incluye en su formato original a todas aquellas empresas que han exportado a través de aduanas Arequipa, sin discriminar entre empresas que tengan domicilio fiscal en esta región o en otras regiones.

Por ello durante un primer momento se expondrá la denominada *Metodología de Depuración y Selección de Datos* para que a partir de la misma se logre reconocer a las empresas que forman parte de la población de esta investigación.

A la vez, se trabajará una estadística descriptiva con la información de la base de datos, ya que la misma es rica en data sobre el rubro de empresas que están exportando, los meses al año en que han tenido salidas, los valores de ingresos FOB en dólares americanos al año y las regiones del mundo hacia donde se ha exportado entre los años 2010 y 2014.

Por último y para continuar con este capítulo, es importante mencionar que se crearon grupos de exportación en base a la continuidad de salidas de productos al exterior de las empresas para los años anteriormente mencionados.

5.1. Metodología de Depuración y Selección de Datos

A manera de poder seleccionar a las empresas que encajan dentro de las delimitaciones de población definidas al comienzo de este estudio se vio necesario trabajar la base de datos

en bruto obtenida, empezar por ordenarla, clasificarla y posteriormente seleccionar la información importante.

Esta base de datos como se muestra en la imagen de abajo, incluye información variada de las salidas comerciales de las empresas registradas entre los años 2010 y 2014, llegando a haber hasta más de 70 000 filas de información para estos cinco años.

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
#	AÑO	MES	RUC	EMPRESA	UBIDEP	DEPARTAME	CPAIDES	MERCADO	CPUEDES	PUERTO	PARTIDA	DESCRIPCION	DESCRIPCION	SECTOR	SECTOR DES	SECTOR VIA
1	2010	1	2.0525E+10	PROCESADG	4 AREQUIPA	DO	República D	DOCAU	CAUCEDO	703100000	CEBOLLAS Y (CEBOLLA RO.	500	AGROPECUA	NO TRADIC	
2	2010	2	2.0525E+10	PROCESADG	4 AREQUIPA	DO	República D	DOCAU	CAUCEDO	703100000	CEBOLLAS Y (CEBOLLA RO.	500	AGROPECUA	NO TRADIC	
3	2010	6	2.0525E+10	PROCESADG	4 AREQUIPA	DO	República D	DOCAU	CAUCEDO	703100000	CEBOLLAS Y (CEBOLLA RO.	500	AGROPECUA	NO TRADIC	
4	2010	7	2.0525E+10	PROCESADG	4 AREQUIPA	DO	República D	DOCAU	CAUCEDO	703100000	CEBOLLAS Y (CEBOLLA RO.	500	AGROPECUA	NO TRADIC	
5	2010	10	2.0525E+10	PROCESADG	4 AREQUIPA	DO	República D	DOCAU	CAUCEDO	703100000	CEBOLLAS Y (CEBOLLA RO.	500	AGROPECUA	NO TRADIC	
6	2010	10	2.0525E+10	PROCESADG	4 AREQUIPA	DO	República D	DOCAU	CAUCEDO	703100000	CEBOLLAS Y (CEBOLLA RO.	500	AGROPECUA	NO TRADIC	
7	2010	10	2.0498E+10	A.PROD.DE C	4 AREQUIPA	DE	Alemania	DEHAM	HAMBURG	1008909200	KIWICHA (AÑ	KIWICHA OR	500	AGROPECUA	NO TRADIC	
8	2010	1	2.01E+10	ABRASIVOS I	4 AREQUIPA	CO	Colombia	COCTG	CARTAGENA	6804220000	LAS DEMÁS	MUELAS Y AF	720	MINERÍA	NO NO TRADIC	
9	2010	1	2.01E+10	ABRASIVOS I	4 AREQUIPA	US	Estados Unid	USNYC	NEW YORK	6805100000	ABRASIVOS I	ABRASIVOS I	720	MINERÍA	NO NO TRADIC	
10	2010	2	2.01E+10	ABRASIVOS I	4 AREQUIPA	BO	Bolivia	BOLPB	LA PAZ	6804220000	LAS DEMÁS	M A-1 RUEDA R	720	MINERÍA	NO NO TRADIC	
11	2010	2	2.01E+10	ABRASIVOS I	4 AREQUIPA	BO	Bolivia	BOLPB	LA PAZ	6804220000	LAS DEMÁS	M A-1 RUEDA R	720	MINERÍA	NO NO TRADIC	
12	2010	2	2.01E+10	ABRASIVOS I	4 AREQUIPA	BO	Bolivia	BOLPB	LA PAZ	6804220000	LAS DEMÁS	M A-6 COPA RE	720	MINERÍA	NO NO TRADIC	
13	2010	2	2.01E+10	ABRASIVOS I	4 AREQUIPA	BO	Bolivia	BOLPB	LA PAZ	6804220000	LAS DEMÁS	M A-6 COPA RE	720	MINERÍA	NO NO TRADIC	
14	2010	2	2.01E+10	ABRASIVOS I	4 AREQUIPA	BO	Bolivia	BOLPB	LA PAZ	6804220000	LAS DEMÁS	M A-6 COPA RE	720	MINERÍA	NO NO TRADIC	
15	2010	2	2.01E+10	ABRASIVOS I	4 AREQUIPA	BO	Bolivia	BOLPB	LA PAZ	6805100000	ABRASIVOS I	HOJA T. MUL	720	MINERÍA	NO NO TRADIC	
16	2010	2	2.01E+10	ABRASIVOS I	4 AREQUIPA	BO	Bolivia	BOLPB	LA PAZ	6805100000	ABRASIVOS I	ROLLO META	720	MINERÍA	NO NO TRADIC	
17	2010	2	2.01E+10	ABRASIVOS I	4 AREQUIPA	BO	Bolivia	BOLPB	LA PAZ	6805100000	ABRASIVOS I	ROLLO TELA	720	MINERÍA	NO NO TRADIC	
18	2010	2	2.01E+10	ABRASIVOS I	4 AREQUIPA	BO	Bolivia	BOLPB	LA PAZ	6805200000	ABRASIVOS I	ROLLO COME	720	MINERÍA	NO NO TRADIC	
19	2010	2	2.01E+10	ABRASIVOS I	4 AREQUIPA	BO	Bolivia	BOORU	ORURO	6804220000	LAS DEMÁS	M MUELAS Y AF	720	MINERÍA	NO NO TRADIC	
73817	2014	3	2.0125E+10	QORI EXPOR	4 AREQUIPA	CA	Canadá	CAYYC	CALGARY AP	9503009300	QUE REPRESI	PELLUQCHE PI	830	VARIOS (inc.	NO TRADIC	
73818	2014	3	2.0125E+10	QORI EXPOR	4 AREQUIPA	TW	Taiwán	TWTPE	TAIPEI	4303909000	LAS DEMÁS	CUELLO EN P	820	PIELES Y CUE	NO TRADIC	
73819	2014	3	2.0125E+10	QORI EXPOR	4 AREQUIPA	TW	Taiwán	TWTPE	TAIPEI	6110199090	LOS DEMÁS	CHOMPAS	510	TEXTIL	NO TRADIC	
73820	2014	3	2.0125E+10	QORI EXPOR	4 AREQUIPA	TW	Taiwán	TWTPE	TAIPEI	6117100000	CHALES PAÑ	CHALES	510	TEXTIL	NO TRADIC	
73821	2014	3	2.0125E+10	QORI EXPOR	4 AREQUIPA	TW	Taiwán	TWTPE	TAIPEI	6117100000	CHALES PAÑ	CHALES DE P	510	TEXTIL	NO TRADIC	
73822	2014	3	2.0125E+10	QORI EXPOR	4 AREQUIPA	US	Estados Unid	USNYC	NEW YORK	3919909000	DEMÁS PLAC	STICKERS DE	600	QUÍMICO	NO TRADIC	
73823	2014	3	2.0125E+10	QORI EXPOR	4 AREQUIPA	US	Estados Unid	USNYC	NEW YORK	4303109000	LAS DEMÁS	BUFANDAS E	820	PIELES Y CUE	NO TRADIC	
73824	2014	3	2.0125E+10	QORI EXPOR	4 AREQUIPA	US	Estados Unid	USNYC	NEW YORK	4811909000	DEMÁS PAPE	PAPEL IMPRE	810	MADERAS Y I	NO TRADIC	
73825	2014	3	2.0125E+10	QORI EXPOR	4 AREQUIPA	US	Estados Unid	USNYC	NEW YORK	6110199090	LOS DEMÁS	CHOMPAS DI	510	TEXTIL	NO TRADIC	
73826	2014	3	2.0125E+10	QORI EXPOR	4 AREQUIPA	US	Estados Unid	USNYC	NEW YORK	6110199090	LOS DEMÁS	CHOMPAS DI	510	TEXTIL	NO TRADIC	
73827	2014	3	2.0125E+10	QORI EXPOR	4 AREQUIPA	US	Estados Unid	USNYC	NEW YORK	6117100000	CHALES PAÑ	BUFANDAS E	510	TEXTIL	NO TRADIC	
73828	2014	3	2.0125E+10	QORI EXPOR	4 AREQUIPA	US	Estados Unid	USNYC	NEW YORK	6117100000	CHALES PAÑ	CHALES DE P	510	TEXTIL	NO TRADIC	
73829	2014	3	2.0125E+10	QORI EXPOR	4 AREQUIPA	US	Estados Unid	USNYC	NEW YORK	6505009000	LOS DEMÁS	GORROS DE I	830	VARIOS (inc.	NO TRADIC	
73830	2014	4	2.0125E+10	QORI EXPOR	4 AREQUIPA	CA	Canadá	CAYOW	OTTAWA / C	5109100000	HILADOS DE	HILADO	510	TEXTIL	NO TRADIC	

Imagen 3: Base de datos original PromPerú. Fuente: SUNAT-PromPerú Elaboración: PromPerú

Lo primero que se hizo para empezar a trabajar con estos datos, fue recolectar a todas las empresas que exportaron en un determinado año, sin diferenciar los productos que vendían o sus partidas arancelarias, asimismo no se consideró el número de salidas que tuvieron, ya que el objetivo de esta primera parte fue ver el número de empresas que exportaron por cada año y las nuevas empresas que surgían cada año.

Una vez que se logró identificar a las empresas por año, se pasó a ponerlas en una pestaña diferente para todas aquellas del 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014. Y poder, así, de esta

13	2014	12	20454439903	AGROMEL S.A.C.															
14	2014	1	20454278110	AGRONEGOCIOS INTERNACIONALES S.R.L.- AGRINTER S.R.L.															
15	2014	11	10065095152	ALATRISTA SOTILLO DE KRAUSE ELVA HERMELI															
16	2014	2	20369227026	ALGAS MULTIEXPOR DEL PERU S.A.C.															
17	2014	12	20100055237	ALICORP SAA															
18	2014	2	20100226902	ALIMENTOS PROCESADOS SA															
19	2014	12	20558078503	ALLPAQA ALTURAS S.A.C.															
20	2014	1	20455462925	ALMACENAJES AREQUIPA E.I.R.L.															
21	2014	12	20454478046	ALPACA COLOR S.A.C.															
22	2014	4	20454133570	ALPACA ESSENCE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ALPACA ESSENCE S.R.L.															
23	2014	12	20498364650	ALPACA Y WOOLLEN HAND-MADE CARPETS EIRL															
24	2014	4	20558570084	ALPASUR AQP E.I.R.L.															
25	2014	12	20454186002	ALSUR PERU S.A.C.															
26	2014	4	20498563695	ALTUS E.I.R.L.															
27	2014	12	20456243402	AMPATO INVEST S.A.C.															
28	2014	7	20508853727	ANALYTICA MINERAL SERVICES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA															
29	2014	12	20456019863	ANDES LAND S.A.C.															

<

>

aqp2010

2010

2011

2012

2013

2014

Comparación Nuevas

Nuevas Empresas

Clasificac...

+

-

<

100%

100%

100%

comparación de empresas por año exportado. Fuente: SUNAT-PromPerú Elaboración: Propia

ecia en la imagen superior, una vez que se tuvieron las empresas p

a hacer una comparación entre años, llevando cada informació

mparación Nuevas”, en donde se utilizó la función BUSCARV para

tiene registro para los siguientes años, es decir si se estaba traba

utilizó BUSCARV para encontrar el mismo RUC de la empresa en c

s años, y si fuera el caso se asignó el número 1(unos) para señal

continuó exportando en ese determinado año, sino se utilizó la ex

Lo mismo se hizo para los siguientes años en relación a los que les

determinar que nuevas empresas aparecieron, se utilizó tambié

misma que se usó en sentido inverso, para tratar de encontrar

que nuevas empresas aparecieron, se utilizó en sentido inverso, para tratar de

Para poder determinar que nuevas empresas aparecieron, se utilizó también la función BUSCARV, la misma que se usó en sentido inverso, para tratar de encontrar los números RUC en años anteriores, si es que ya existían se asignó poner el número 1(unos), y en caso que no se encontrarán previamente se concluye que esta es una nueva empresa para ese periodo (2010-2014) y se asignó la expresión “NUEVA”.

Es así que se logró construir la siguiente pestaña dentro de Excel, donde las empresas con relleno de color naranja son aquellas que han sido identificadas como nuevas (para este periodo), resaltar también que al costado de cada empresa por año se encuentra información si es que exportó o no en los siguientes años.

2014	NUEVAS	2011	2012	2013	2014	NUEVAS
1	1	20455857601 A & M CHENTEX S.A.C.	1	NO EXPORTO	1	1
2	NO EXPORTO	2048124787 A PROD DE CULT ORGANICOS PROV UNION-COT.	1	1	1	1
3	NO EXPORTO	2010018962 ABRASIVOS INDUSTRIALES SA	1	NO EXPORTO	NO EXPORTO	1
4	NO EXPORTO	2051281816 ACEROTE MAQUINARIAS GASTRONOMICAS E INDUSTRIALES SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NUEVA
5	NO EXPORTO	20455387050 A DISTRIB-EXPRESION EN MADERA	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	1
6	NO EXPORTO	20455338007 AGRIFOOD AGRO S.A.C.	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	1
7	NO EXPORTO	20455323095 AGRIFOOD S.A.C.	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NUEVA
8	NO EXPORTO	20392459810 AGRICOLA ANDES PERUANOS S.A.C.	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	1
9	NO EXPORTO	20538800473 AGRICOLA LAS MARIAS S.A.C.	1	1	NO EXPORTO	NUEVA
10	NO EXPORTO	20418809372 AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C.	1	1	NO EXPORTO	NUEVA
11	NO EXPORTO	20506607152 AGRICOLA MISTRAL S.A.C.	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	1
12	NO EXPORTO	2050703308 AGRO SAVANNA DEL PERU S.A.C.	1	1	1	1
13	NO EXPORTO	20104420282 AGROINDUSTRIAS AIB S.A.	1	1	NO EXPORTO	NUEVA
14	NO EXPORTO	20342016789 AGROINDUSTRIAS NOBEX S.A.	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	1
15	NO EXPORTO	20456078870 AGROINVERSIONES MCDAGRO S.A.C.	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	1
16	NO EXPORTO	20454278110 AGRONEGOCIOS INTERNACIONALES S.R.L. - AGRINTER S.R.L.	1	1	1	1
17	NO EXPORTO	20455877548 AGRONEGOCIOS Y SERVICIOS DON FRIKA S.R.L.	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NUEVA
18	NO EXPORTO	20452378370 AGROSAV PERU E.I.R.L.	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	1
19	NO EXPORTO	20100086388 ALFA LAVAL S.A.	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NUEVA
20	NO EXPORTO	20383227026 ALGAS MULTIPORT DEL PERU S.A.C.	1	1	1	1
21	NO EXPORTO	20100055237 ALICORP SAA	1	1	1	NUEVA
22	NO EXPORTO	20100226302 ALIMENTOS PROCESADOS SA	1	1	1	1
23	NO EXPORTO	20495462325 ALMACENAJES AREQUIPA E.I.R.L.	1	1	1	1
24	NO EXPORTO	20498624317 ALPACA AZUL S.A.C.	1	1	NO EXPORTO	1
25	NO EXPORTO	20454478046 ALPACA COLOR S.A.C.	1	1	1	NUEVA
26	NO EXPORTO	20454133570 ALPACA ESSENCE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - ALPACA ESSENCE S.R.L.	NO EXPORTO	1	1	NUEVA
27	NO EXPORTO	20496362584 ALPACA RUGS PERUMANTA E.I.R.L.	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	1
28	NO EXPORTO	20496364650 ALPACA Y WOOLLEN HAND-MADE CARPETS EIRL	1	1	1	NUEVA
29	NO EXPORTO	20454186002 ALPURA PERU S.A.C.	1	1	1	NUEVA
30	NO EXPORTO	20495636395 ALTUS E.I.R.L.	1	NO EXPORTO	1	NUEVA
31	NO EXPORTO	20455537738 ANDES CORPORATIVA E.I.R.L.	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	1
32	NO EXPORTO	20456019863 ANDESLAND S.A.C.	NO EXPORTO	1	1	1
33	NO EXPORTO	20518323038 ANIDIA DE DESARROLLO ANDESA S.A.C.	NO EXPORTO	1	NO EXPORTO	NUEVA
34	NO EXPORTO	20100184193 APOYO TOTAL SA	1	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NUEVA
35	NO EXPORTO	10444355471 AREVALO GARCIA DARWIN EDGARDO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	1
36	NO EXPORTO	20454502670 AROMAS & COLORANTES DE LOS ANDES S.A.C.	1	1	1	NUEVA
37	NO EXPORTO	20413770204 ART ATLAS S.R.L.	1	1	1	1
38	NO EXPORTO	20123553277 ARTE ANINDO INTERNACIONAL SRL	NO EXPORTO	NO EXPORTO	NO EXPORTO	1
39	NO EXPORTO	20130080717 ARTE PERU S.A.C.	1	1	1	1
40	NO EXPORTO	20454603561 ARTESANIAS JIREH S.R.L.	1	NO EXPORTO	1	1
41	NO EXPORTO	20454166782 ARTESANIAS LAS MEJORES NOVEDADES E.I.R.L.	NO EXPORTO	1	NO EXPORTO	NUEVA
42	NO EXPORTO					

Imagen 5: Reconocimiento de nuevas empresas por año y sus exportaciones. Fuente: SUNAT-PromPerú Elaboración: Propia

Una vez identificadas estas nuevas empresas, se decidió llevar dicha información a una nueva pestaña en Excel, a partir de la cual se analizaron los datos con el fin de identificar patrones o empresas que hayan tenido un comportamiento similar en sus exportaciones.

Es así que se identificaron nueve grupos de exportación que siguen estos patrones:

Grupo de Exportación	Denominación
1	No exportó después
2	Exportó una vez más
3	Exportó dos veces más
4	Exportó tres veces más

5	Dejo de exportar los siguientes 2 años
6	Exporto el siguiente año y los siguientes dos no
7	Dejo de exportar los siguientes tres años
8	Exporto una vez más en dos años
9	Exporto una vez más en tres años

Tabla 29: Clasificación de grupos de exportación. Elaboración: Propia

Dentro de tales grupos es importante resaltar que aquellas empresas que forman parte del número uno (1) representan aproximadamente al 50% de las nuevas empresas que surgen cada año, como por ejemplo en el año 2011 se crearon 141 nuevas empresas de las cuales 85 no volvieron a exportar más en los siguientes años (registro hasta el año 2014), el mismo ratio se ha podido manejar en los siguientes años. En el año 2010, el ratio aparentemente es menor, sin embargo no se sabe cuáles de las empresas que exportaron ese año lo hicieron por primera vez y cuáles no, bajo dicha premisa se puede continuar con el mismo ratio de creación de nuevas empresas, que puede ser de 174 para ese año, entonces:

Año	Nuevas Empresas	Pertenecientes a G1	Ratio Abandono
2010	174	95	54.60%
2011	141	85	60.28%
2012	109	70	64.22%
2013	113	73	64.60%

Tabla 280: Ratio de empresas G1 que dejaron de exportar. Fuente: SUNAT-PromPerú Elaboración: Propia

Si bien este ratio no es comprobado, si puede ser un acercamiento importante a que gran parte, un 60%, de las empresas que exportan por primera vez algún año, no lo vuelven a

hacer, por lo menos con el mismo RUC, en los siguientes años. Dentro de las mismas se encuentran, entonces, las que han abandonado la actividad exportadora o que encuentran problemas para realizarla.

Se procederá en los siguientes acápite a realizar una estadística más detallada de estas empresas.

Una vez que se logró clasificar a las empresas bajo las categorías anteriormente mencionadas, se llevó a cada una a una pestaña independiente, contándose con el siguiente número de empresas por grupo de exportación:

Grupo de Exportación	Cantidad de Empresas
1	323
2	73
3	23
4	12
5	3
6	2
7	4
8	10
9	10

Tabla 291: Número de empresas por grupo de exportación. Fuente: Sunat-PromPerú Elaboración: Propia

Como puede notarse en la tabla anterior, son 323 de las 781 empresas que existen en este total de base de datos las que pertenecen al grupo número 1 (claro que en este grupo no ingresan empresas del 2014 por falta de data), siendo, de cualquier manera, el 40% del total

de empresas del listado. Entonces, a través de esa estadística básica, podemos inferir que el problema de abandono a la exportación existe, sin embargo se encuentra también dentro de ese rango empresas que por otros motivos hayan decidido exportar por otras vías, con otras empresas que no se encuentren listadas, o quizás por otras oficinas de aduanas.

Una vez identificadas y clasificadas las empresas, se vio necesario tener que reducir el número de empresas que se considera en la base de datos, ya que en la revisión de aquellas que se considerarían para las entrevistas(capítulo V), se encontró que muchas tienen domicilio en otras ciudades y regiones, como Lima, Moquegua, Tacna, Piura, etc. De tal manera se utilizaron las páginas web: www.razonsocialdelperu.com, www.perudalia.com, www.personasperu.com, y otras para poder determinar si las empresas en lista, según el número RUC que se maneja, se encuentran en Arequipa. Tras realizar esta investigación, se redujeron a 356(de las 781 empresas de la base de datos original) las empresas que se encuentran efectivamente domiciliadas en la región de Arequipa (gran mayoría en la ciudad de Arequipa).

Es así que a estas también se les creó una pestaña aparte, en donde además poder llevar la información pertinente que sea necesaria para realizar la investigación del tipo descriptivo. Sin embargo para dicha información, se decidió trabajar con todas las empresas que exportaron en un determinado año, sin diferenciar entre nuevas o antiguas. Obteniéndose para cada año el siguiente número de empresas:

2010	2011	2012	2013	2014
182	174	163	166	172

Tabla 302: Cantidad de empresas arequipeñas que exportaron cada año, 2010-2014. Fuente: SUNAT-PromPerú
Elaboración: Propia

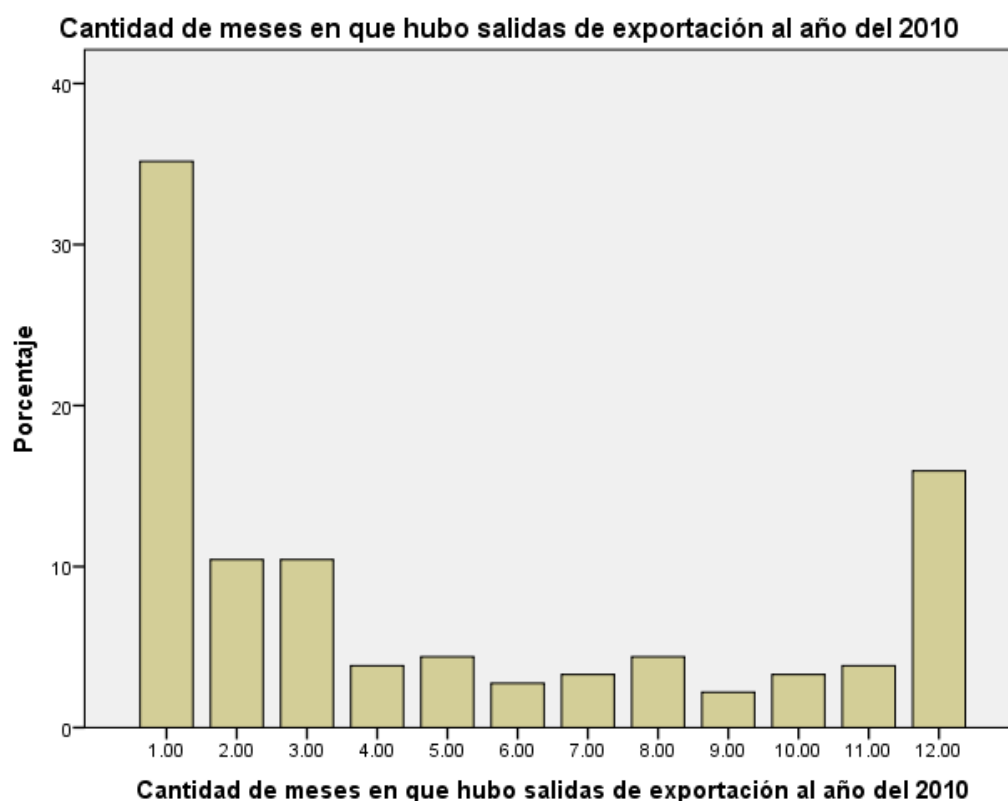
1	2010	Arquepúas	2011	2012	2013	2014	G.X	Méso Exportador	Sector	FOD Asal	Arquepúas Litas	EEUU y Cuad	Colomb	Europa	Asia	India	Oceán	África	Oc	
1	2048314147	AFROCE DE COT. ORGANICO PRO UNION-COT.	1	1	1	1	1	1	AGRICPECUARIO	33647.02										
2	2049019646	ADRIATICO INDUSTRIALES SA	1	1	1	1	1	1	1	32	VIÑERA Y METALURG	32128.87	35	14	0	0	0	0	0	
3	2045322495	AGRI FOOD S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	2	AGRICPECUARIO	70589.28	0	0	0	0	0	0	0	
4	2044742641	AGRICOLA MIRANDA S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	1	AGRICPECUARIO	16439.0	0	0	0	0	0	0	0	
5	2048000101	AGRICOLA PAPA RIMA S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	1	AGRICPECUARIO	1975.04	1	10	1	0	0	0	0	
6	2045436283	AGRICOPURPUR MARIA ISABEL SOCIEDAD COMERCIAL	1	1	1	1	1	1	1	3	AGRICPECUARIO	25442.12	0	0	5	1	0	0	0	
7	2032733202	AGRICORA PRODUCTOS PERLANOS DE EXP. SA	1	1	1	1	1	1	1	0	AGRICPECUARIO	3749.4	0	2	0	6	0	0	0	
8	2046444445	AGRICORPACALSA S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	2	AGRICPECUARIO	19079.4	0	0	0	0	0	0	0	
9	2045472100	AGROCOMODOS INTERNACIONALES S.R.L. - AGRI	1	1	1	1	1	1	1	0	8	AGRICPECUARIO	69534.41	0	0	0	21	0	0	
10	2044444445	AGRIAL - ARQUEPÚA S.R.L.	1	1	1	1	1	1	1	0	AGRICPECUARIO	50030.07	0	0	0	0	0	0	0	
11	2045202106	ALGAS MULTIPRODUCTO DEL PERU S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	0	AGRICPECUARIO	25429.2	0	0	0	4	31	0	0	
12	2039055127	ALCOPAC S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	0	AGRICPECUARIO	70143.8	0	0	0	0	0	0	0	
13	2039052262	ALIMENTOS PROCESADOS SA	1	1	1	1	1	1	1	0	3	AGRICPECUARIO	42081.1	3	0	0	0	0	0	0
14	2042636407	ALPACA AZUL S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	0	1	TEXTIL	3220	0	0	3	0	0	0	
15	2044444446	ALPACA COLOR S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	0	1	TEXTIL	1779.9	0	0	0	0	0	0	
16	2044444447	ALPACA ESSENCE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD	1	1	1	1	1	1	1	0	6	TEXTIL	64443.15	0	27	0	6	0	0	
17	2045444448	ALPACA RUISE PERLANO S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	0	1	TEXTIL	1201.7	0	0	0	0	0	0	
18	2044444449	ALPACA SPAR SOCIEDAD COMERCIAL DE RESERVA	1	1	1	1	1	1	1	0	3	TEXTIL	15868.12	0	0	0	0	0	0	
19	2045444450	ALPACA S.A. VIGILAN HANO MADE CARPET S.R.L.	1	1	1	1	1	1	1	0	1	PELUS Y CUEROS	32163.92	0	0	0	0	0	0	
20	2044444451	ALPACA S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	0	11	AGRICPECUARIO	66600.2	1	64	0	42	0	0	
21	2044444452	ALTUS PERU S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	0	3	METAL-MECANICO	63015.5	0	0	0	0	0	0	
22	2044444453	ALTUS E.I.R.L.	1	1	1	1	1	1	1	0	3	METAL-MECANICO	29651.62	0	0	0	0	0	0	
23	2044444454	ANDALAN RESOURCES S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	0	1	METAL-MECANICO	51820.15	0	0	0	0	0	0	
24	2044444455	ANDALAN RESOURCES S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	0	1	METAL-MECANICO	51820.15	0	0	0	0	0	0	
25	2044444456	ANDALAN RESOURCES S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	0	1	METAL-MECANICO	51820.15	0	0	0	0	0	0	
26	2044444457	ANDALAN RESOURCES S.A.C.	1	1	1	1	1	1	1	0	1									

5.2. Estadística Descriptiva

5.2.1. Frecuencia de las Variables

109

intermediarios que buscan ver que productos pueden ofrecer. Sin embargo el número tiene a aumentar al llegar a salidas por 12 meses, los mismos deben darse para las medianas y en mayor caso las grandes empresas.



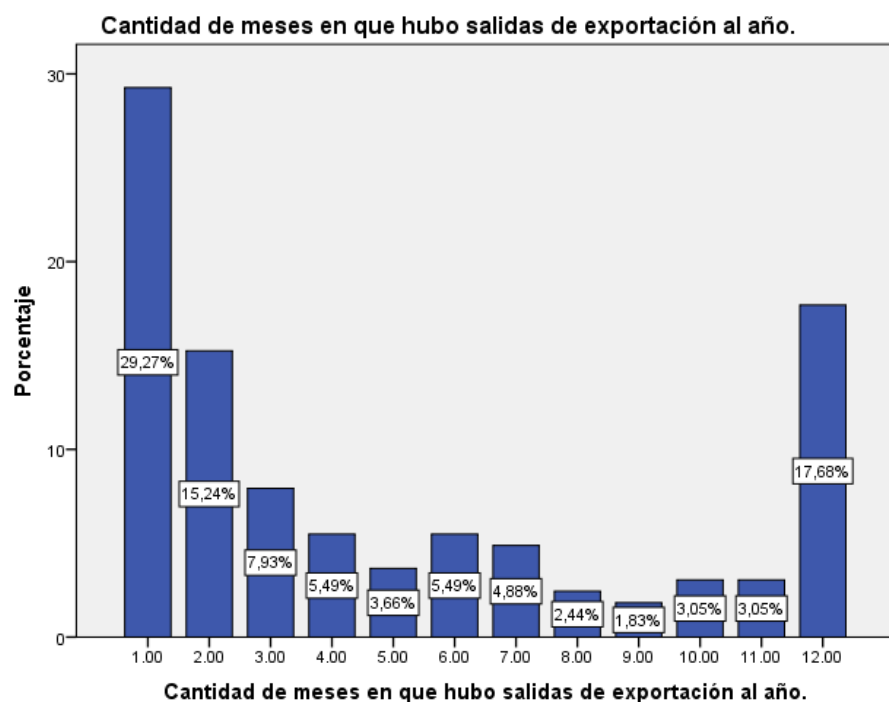
Cuadro 7: Cantidad de meses que hubo salidas de exportación en 2010. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

2011



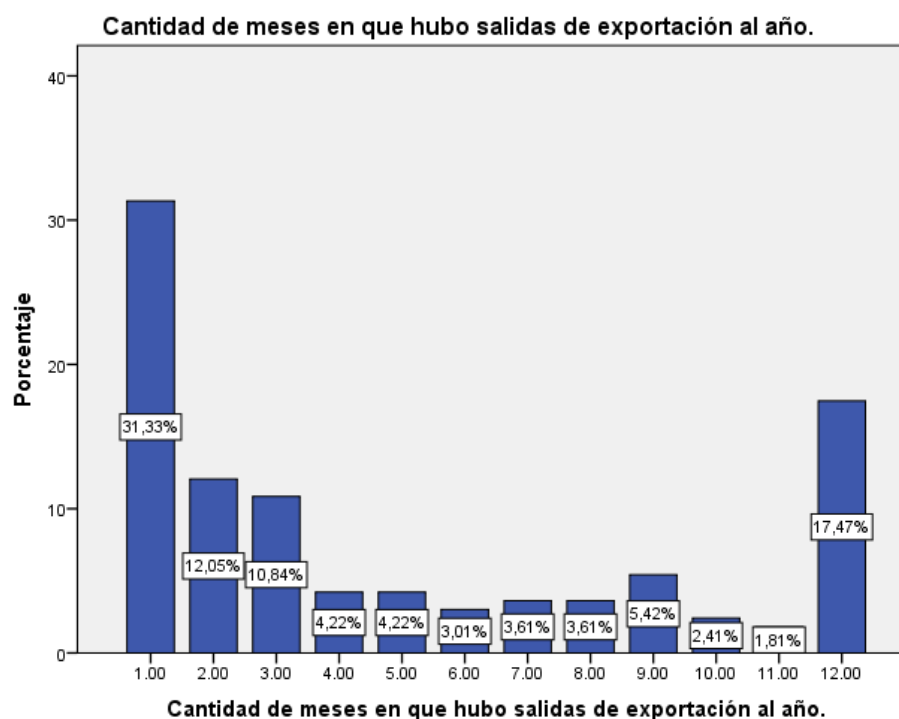
Cuadro 8: Cantidad de meses que hubo salidas de exportación en 2011. Fuente: SUNAT-PromPerú.
Elaboración: Propia

2012



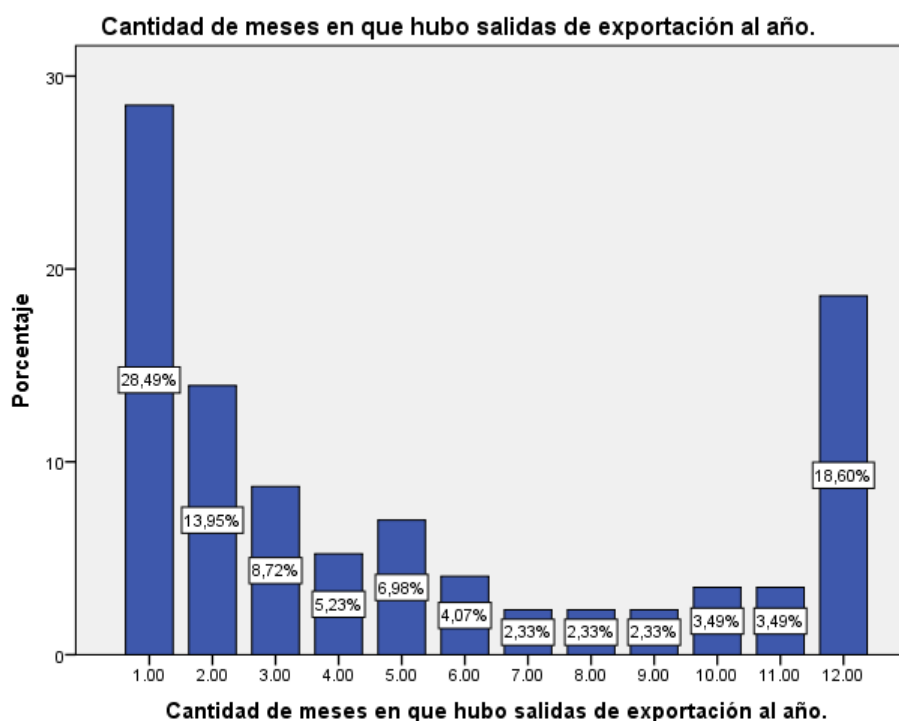
Cuadro 9: Cantidad de meses que hubo salidas de exportación en 2012. Fuente: SUNAT-PromPerú.
Elaboración: Propia

2013



Cuadro 10: Cantidad de meses que hubo salidas de exportación en 2013. Fuente: SUNAT-PromPerú.
Elaboración: Propia

2014



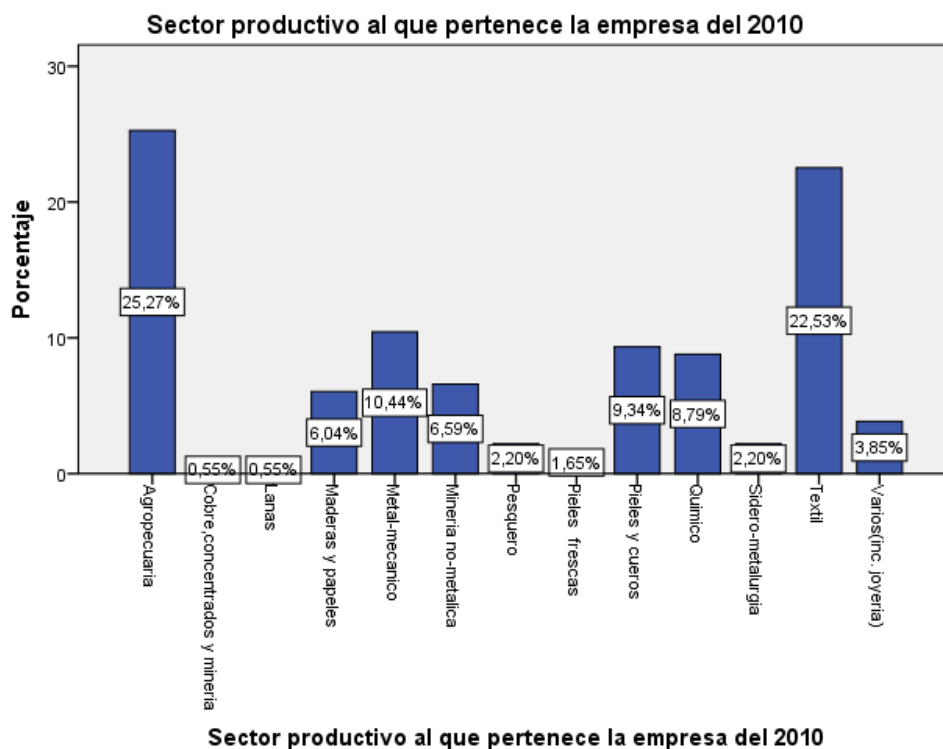
Cuadro 11: Cantidad de meses que hubo salidas de exportación en 2014. Fuente: SUNAT-PromPerú.
Elaboración: Propia

Empresas no se encuentran continuamente en la exportación, sino que para la mayoría de ellas se presentan oportunidades únicas de pedidos de clientes o intermediarios y tratan de suplir estas oportunidades. Sin embargo depende de la buena labor que ellos hagan para ver si les continuarán pidiendo, es por ello que muchas empresas abandonan luego la exportación, si es que no tienen nuevos pedidos. Lo mismo puede observarse en las gráficas anteriores, en las que el porcentaje de empresas que han tenido salidas de sólo un mes al año son en promedio el 30% del total de empresas arequipeñas.

Si bien se observan estadísticas muy similares para los 5 años en estudio, cabe resaltar que existe un ligero crecimiento de aquellas empresas que han tenido salida de 2 a 3 meses al año, que fue un incremento en promedio de 2 a 3%.

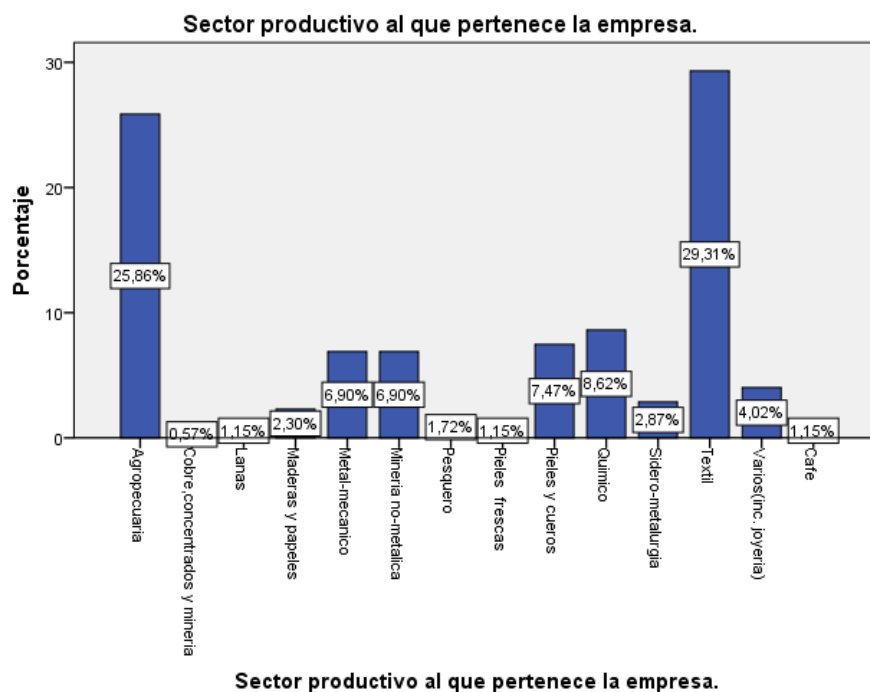
Con respecto al rubro al que pertenecen las empresas, como se observa en los siguientes gráficos, la mayoría de empresas se encuentran o bien en el rubro agropecuario o textil, llegando casi entre ambos al 50% del total de las empresas. El mismo ratio es entendible ya que Arequipa representa el hub textil (sobre todo alpaquero) del Perú, ya que en la ciudad se encuentran las grandes empresas productoras de la materia prima para los hilados y tejidos, así como las MIPYMES que les realizan servicios de tercerización, pero que son también las interesadas en lograr vender al exterior, y por la localización geográfica de la ciudad, se encuentran muy cerca a los centros de acopio en la sierra de Arequipa, Puno y Cusco.

2010



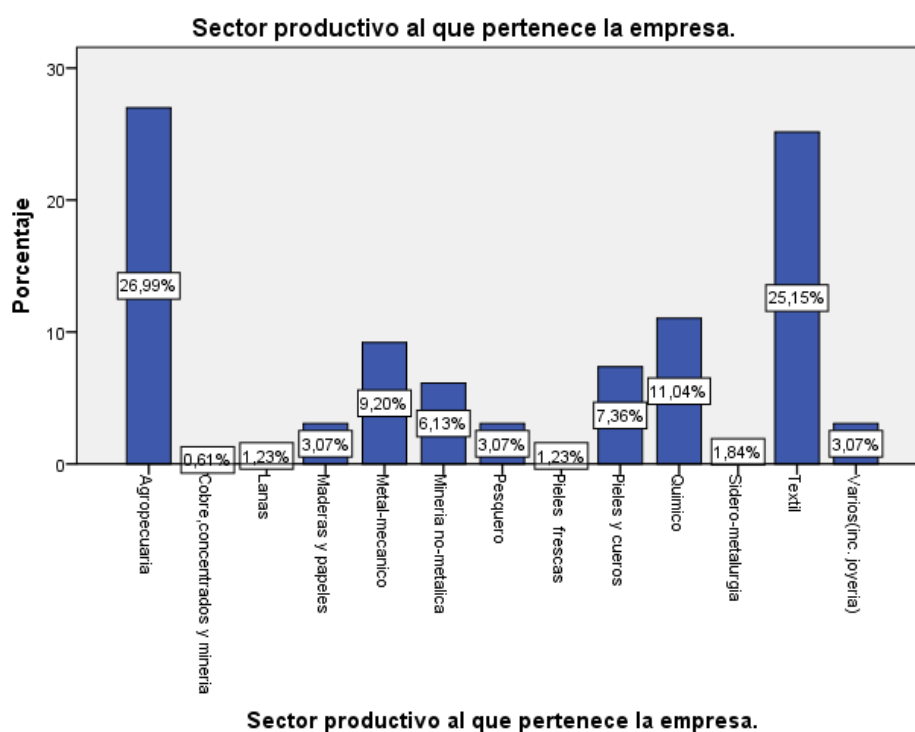
Cuadro 12: Sector productivo al que pertenecen las MIPYME exportadoras en 2010. Fuente: SUNAT-PromPerú
Elaboración: Propia

2011



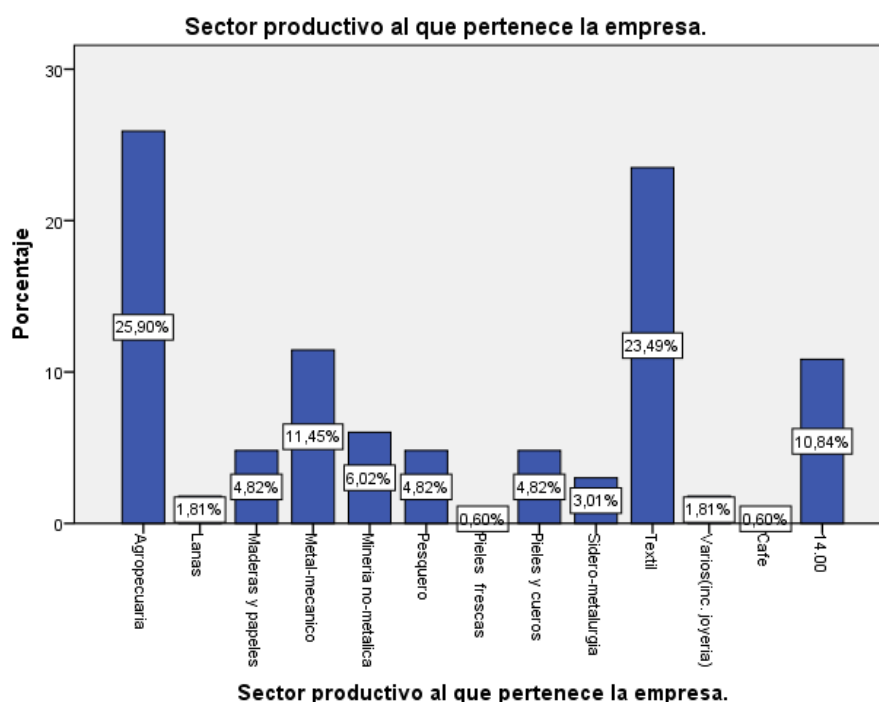
Cuadro 13: Sector productivo al que pertenecen las MIPYME exportadoras en 2011. Fuente: SUNAT-PromPerú
Elaboración: Propia

2012



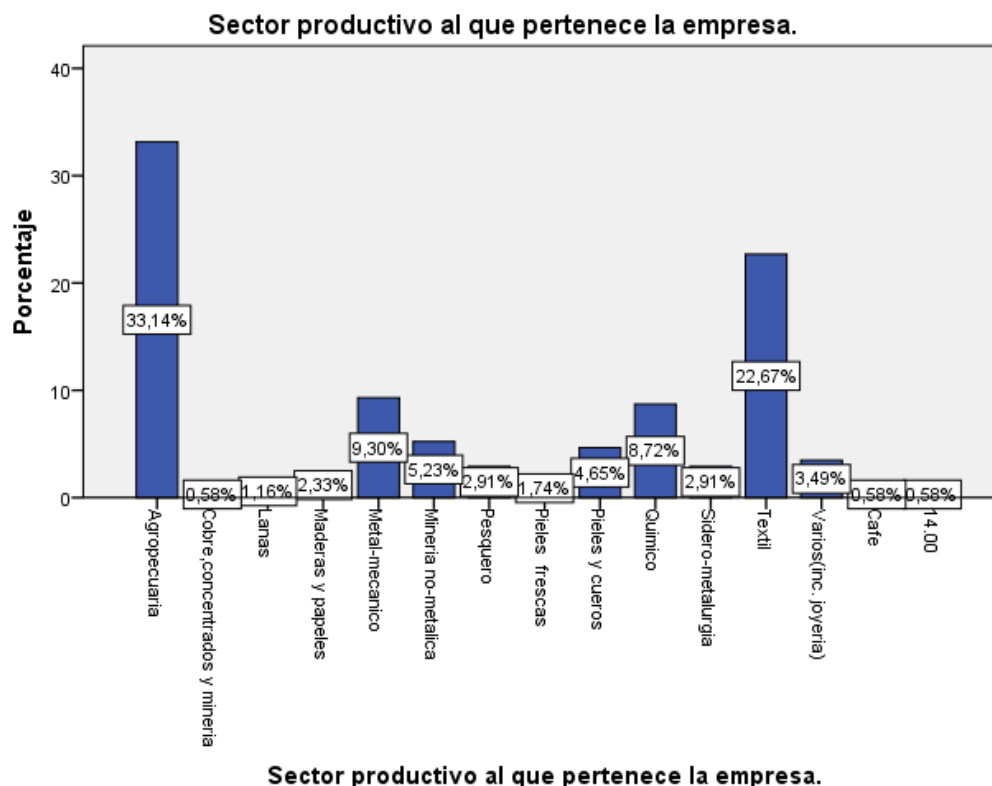
Cuadro 14: Sector productivo al que pertenecen las MIPYME exportadoras en 2012. Fuente: SUNAT-PromPerú
Elaboración: Propia

2013



Cuadro 15: Sector productivo al que pertenecen las MIPYME exportadoras en 2013. Fuente: SUNAT-PromPerú
Elaboración: Propia

2014



Cuadro 16: Sector productivo al que pertenecen las MIPYMES exportadoras en 2014. Fuente: SUNAT-PromPerú
Elaboración: Propia

También se importante resaltar que a lo largo de estos cinco años de estudio, la participación de empresas del rubro Químico y Pieles y Cuero ha venido disminuyendo, entendible de alguna manera por un cambio en la demanda externa de bienes suntuarios como las alfombras y pieles. Se llega, así, a la conclusión que parte importante del estudio debe estar enfocado a las empresas agropecuarias y textiles, al tener una altísima participación en el sistema industrial arequipeño, y ser además sectores que demandan una gran cantidad de mano de obra y por lo tanto ofertantes de trabajo.

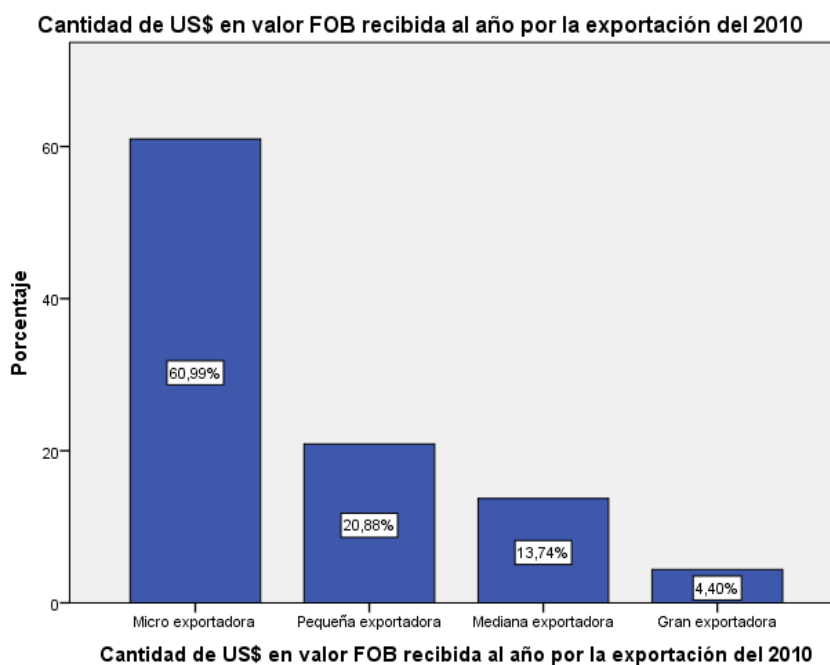
A continuación se presentan las estadísticas con respecto a los ingresos de estas empresas en valor FOB en dólares americanos, a través del cual se pudo determinar el tamaño de las

empresas, ya que dentro de los datos encontrados en las páginas web citadas con anterioridad, no se señala el número de empleados ni el tamaño de las empresas, sin embargo se utilizó como fuente la política manejada por el Ministerio de Turismo y Comercio Exterior así como PromPerú para determinar la clasificación de las empresas exportadoras:

Clasificación de las Empresas	Segmentación (USD)
Exportadoras	
Micro Empresa	Menor a 100 000
Pequeña Empresa	Entre 100 000 a 1 millón
Mediana Empresa	Entre 1 millón a 10 millones
Gran Empresa	Mayor a 10 millones

Tabla 313: Clasificación del tamaño de empresa según monto exportado. Fuente: MINCETUR. Elaboración: Propia

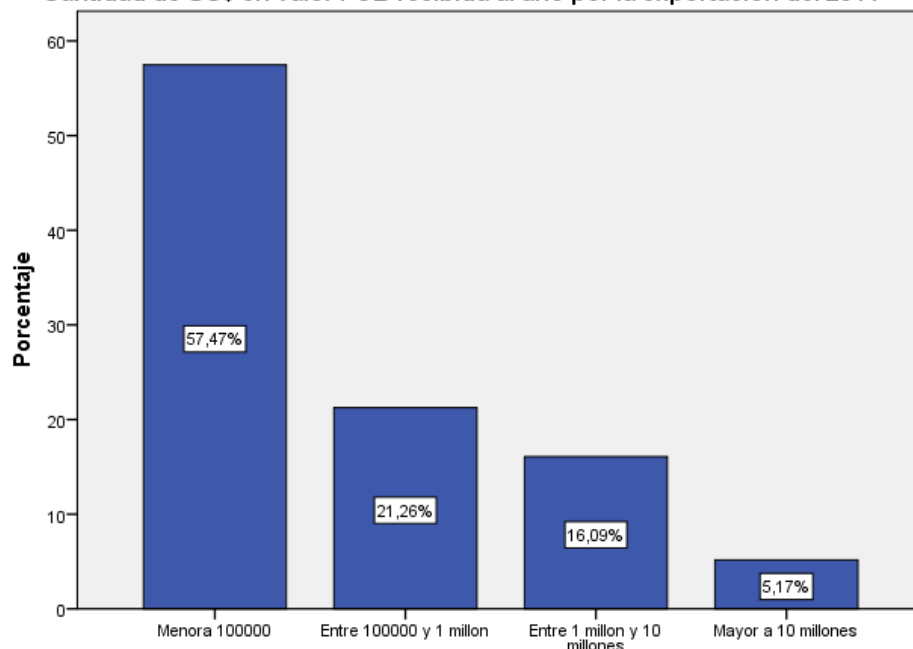
2010



Cuadro 17: Valor FOB en US\$ recibido por MIPYMES en 2010. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

2011

Cantidad de US\$ en valor FOB recibida al año por la exportación del 2011

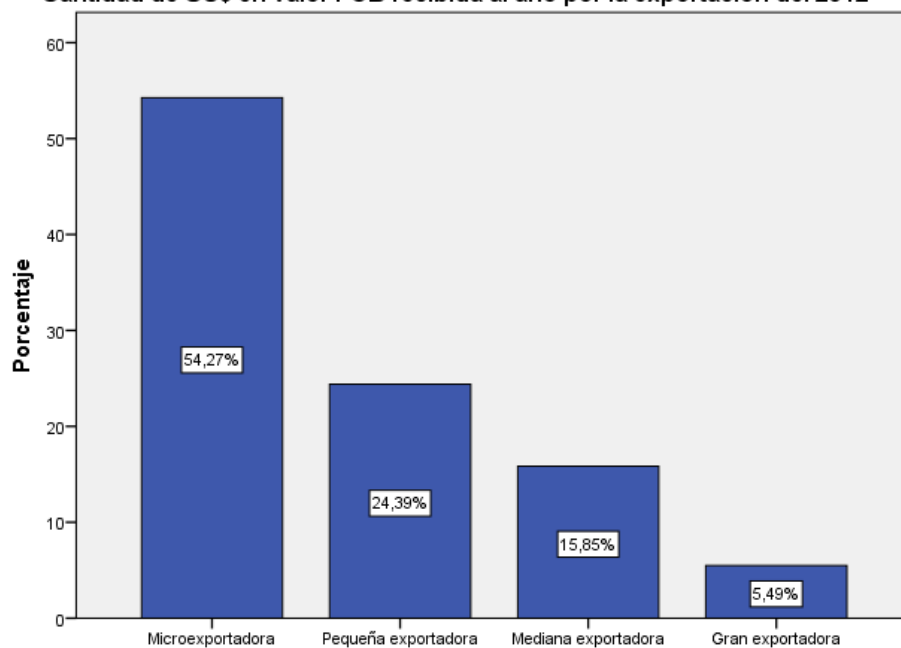


Cantidad de US\$ en valor FOB recibida al año por la exportación del 2011

Cuadro 18: Valor FOB en US\$ recibido por MIPYMES en 2011. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

2012

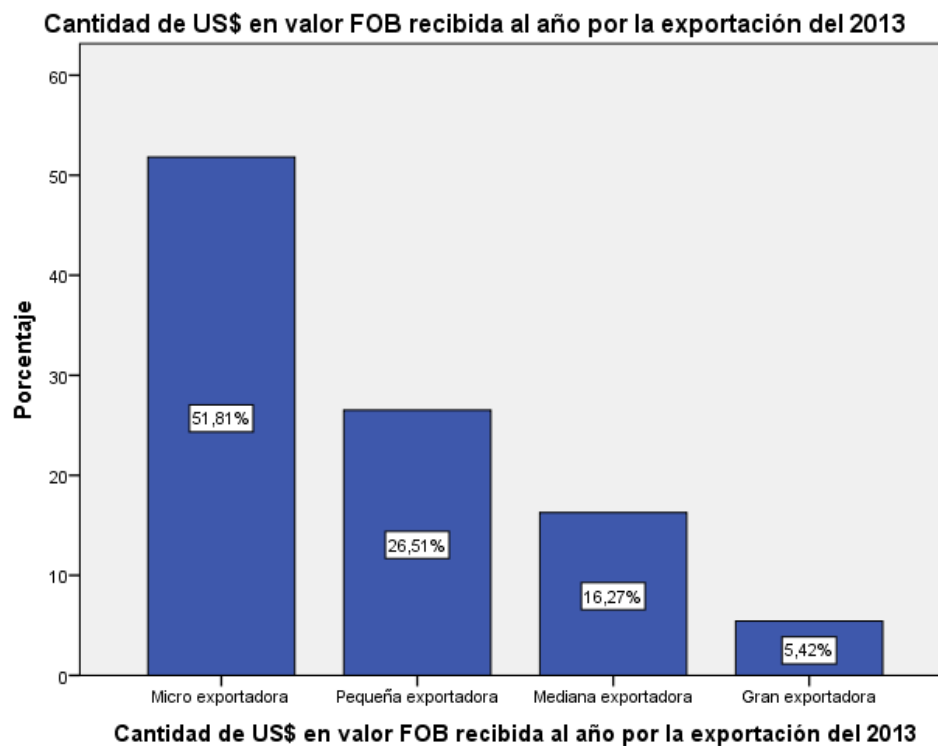
Cantidad de US\$ en valor FOB recibida al año por la exportación del 2012



Cantidad de US\$ en valor FOB recibida al año por la exportación del 2012

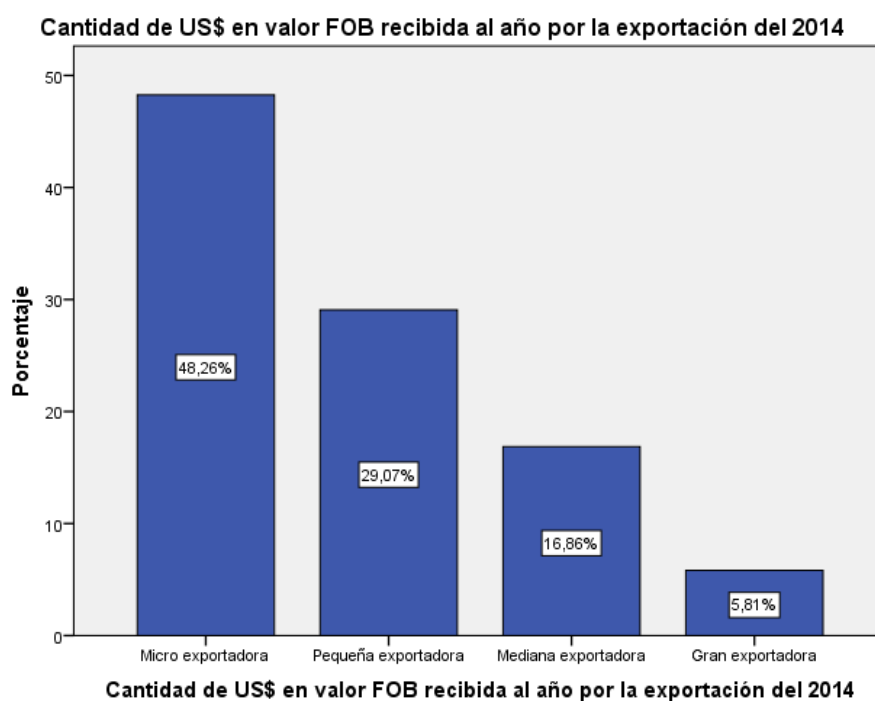
Cuadro 19: Valor FOB en US\$ recibido por MIPYMES en 2012. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

2013



Cuadro 20: Valor FOB en US\$ recibido por MIPYMES en 2013. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

2014



Cuadro 21: Valor FOB en US\$ recibido por MIPYMES en 2014. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

Es interesante analizar los cuadros anteriores, si bien el porcentaje de microempresas en la región de Arequipa es en promedio el 50% del total de empresas que se encuentran en la base de datos, hay que analizar la dinámica de estas empresas y de su tamaño a lo largo del periodo estudiado. El ratio de microempresas ha venido disminuyendo, cediendo el paso a las pequeñas empresas que han aumentado su participación de 20 a 29%, sucediendo lo inverso con las micro que han disminuido de 60 a 48%. Siendo, entonces una reducción cercana al 20%, y el incremento de las pequeñas empresas cercano al 45%. La estadística para las medianas y grandes empresas sigue siendo bastante similar, al estar en 16 y 5% aproximadamente.

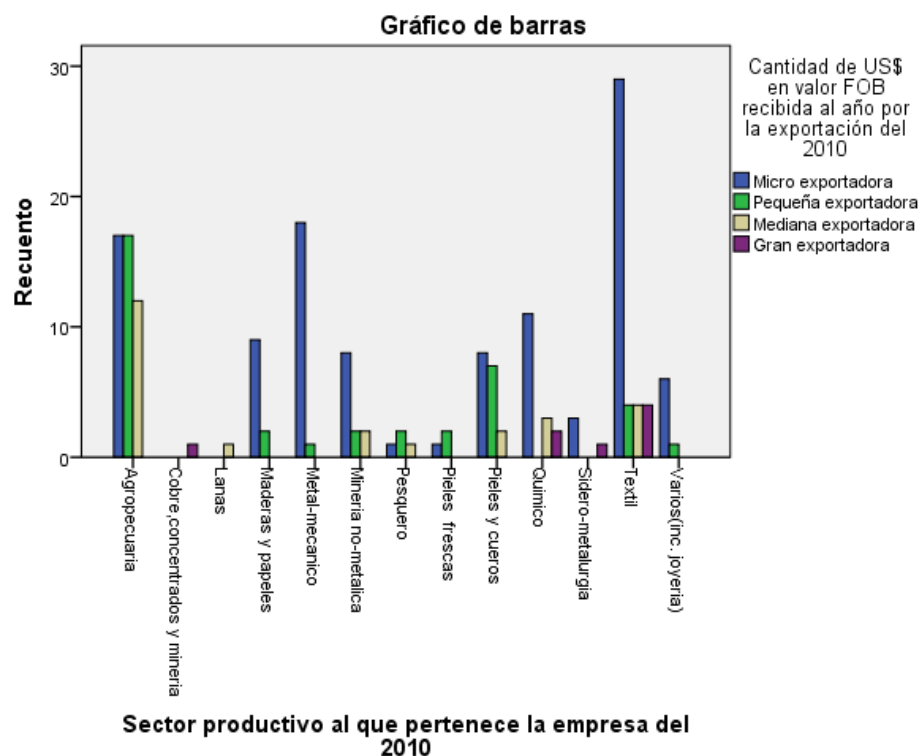
Empero, se ve que gran parte de los emprendimientos en la región, pertenecen a microempresas, que muchas veces empiezan de manera informal y poca experiencia o conocimiento del negocio, siendo más un emprendimiento que se da por la subsistencia de la familia, esto podría afectar al desenvolvimiento de estas empresas.

5.2.2. Tablas de Contingencia en relación al Sector Industrial

En el siguiente acápite se procederá a establecer relaciones de algunas variables para con la variable del sector industrial al que pertenecen las empresas, a fin de poder encontrar posibles influencias o relaciones que permitan entender más a las MIPYMES de la región de Arequipa.

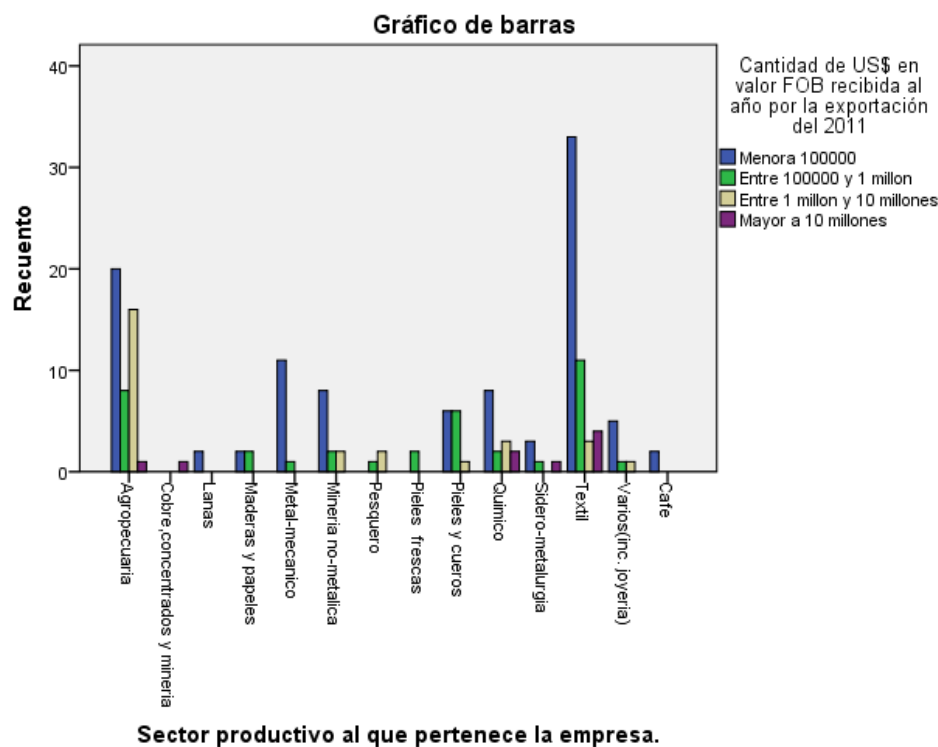
Para este caso se relacionará al sector industrial con el valor FOB anual y con los meses en que hubo salidas al año.

2010



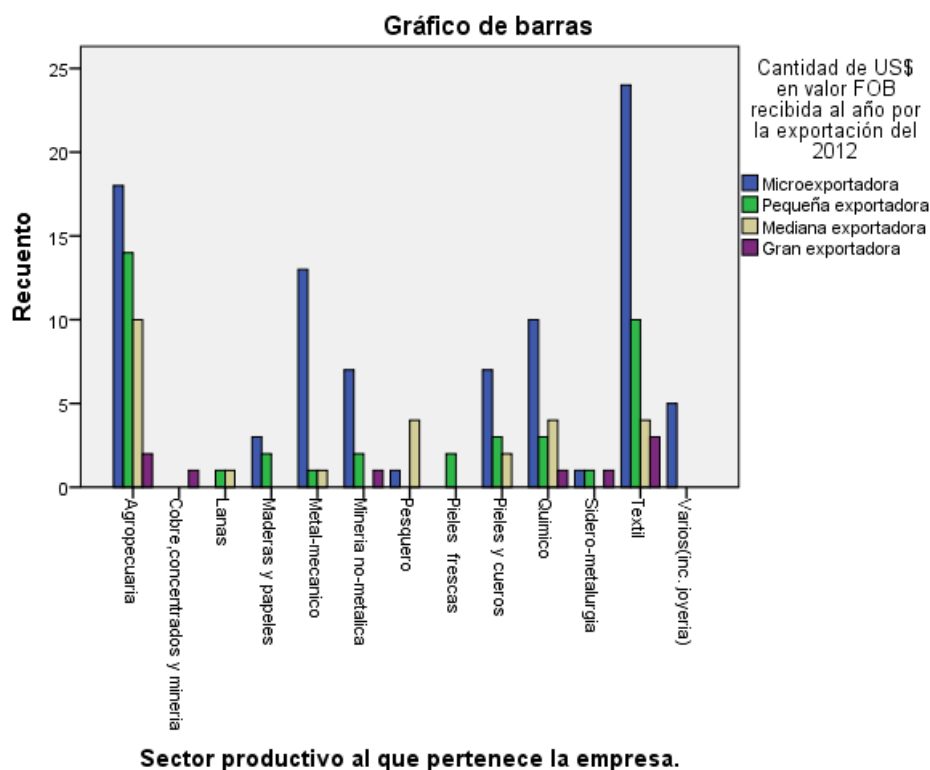
Cuadro 22: Relación de valor FOB US\$ recibido con sector de MIPYMES en 2010. Fuente: SUNAT-PromPerú.
Elaboración: Propia

2011



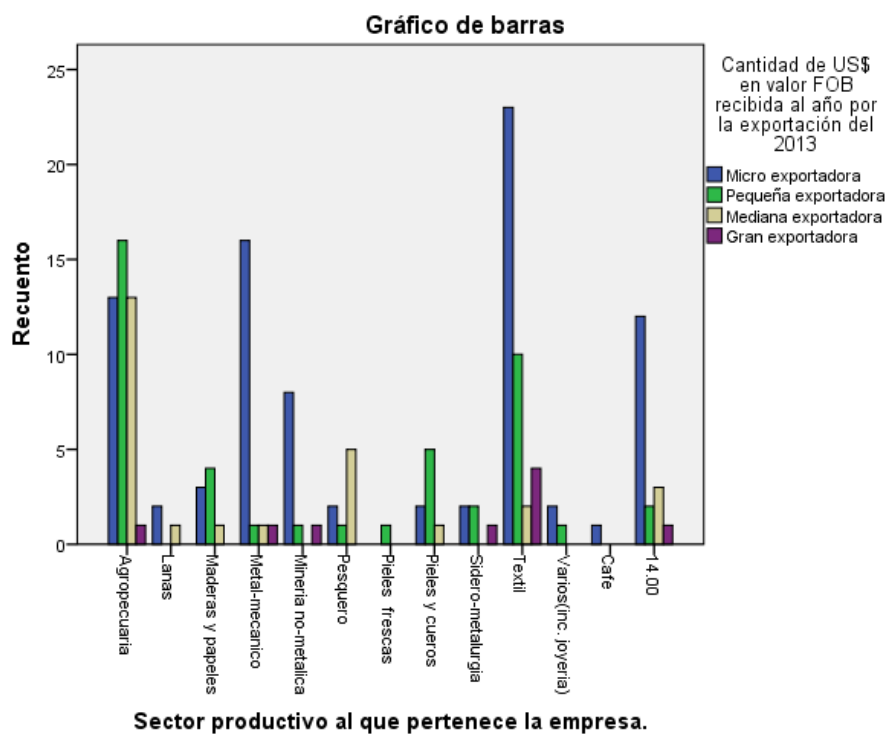
Cuadro 23: Relación de valor FOB US\$ recibido con sector de MIPYMES en 2011. Fuente: SUNAT-PromPerú.
Elaboración: Propia

2012



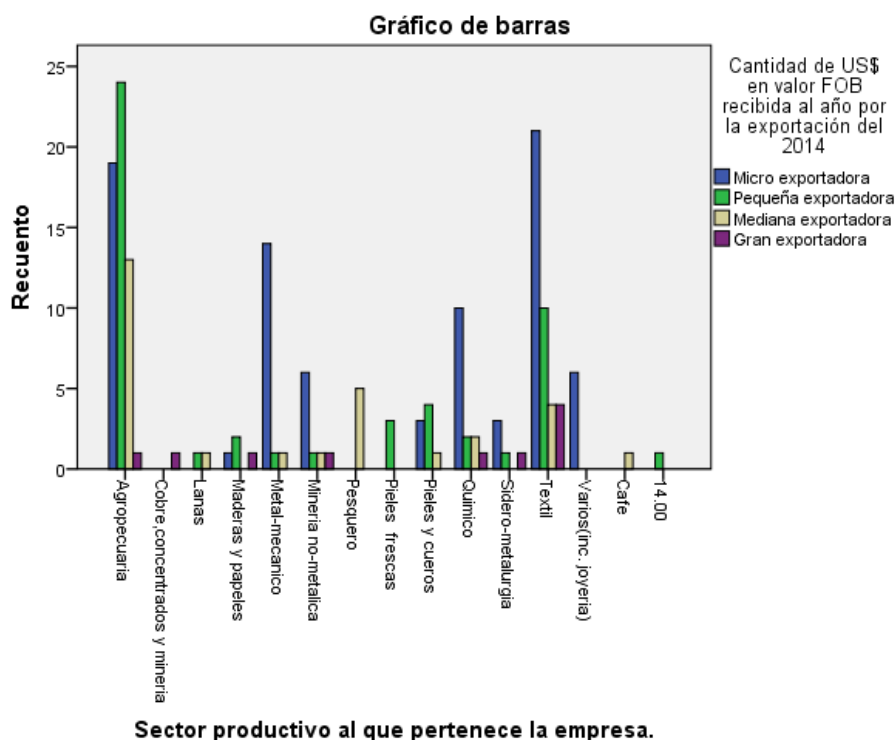
Cuadro 24: Relación de valor FOB US\$ recibido con sector de MIPYMES en 2012. Fuente: SUNAT-PromPerú.
Elaboración: Propia

2013



Cuadro 25: Relación de valor FOB US\$ recibido con sector de MIPYMES en 2013. Fuente: SUNAT-PromPerú.
Elaboración: Propia

2014



Cuadro 26: Relación de valor FOB US\$ recibido con sector de MIPYMES en 2014. Fuente: SUNAT-PromPerú.
Elaboración: Propia

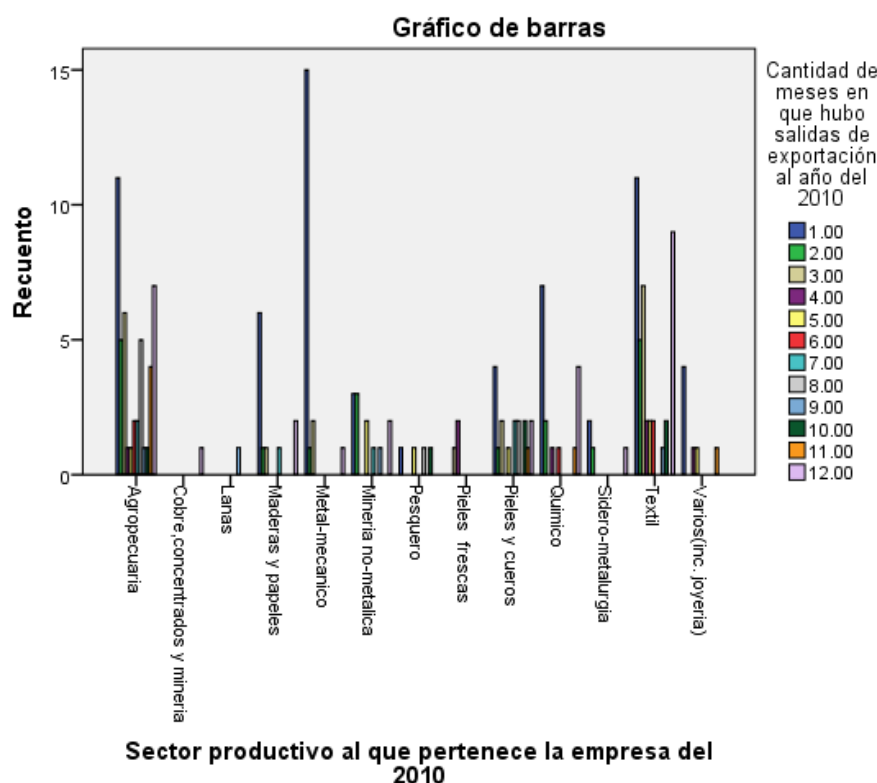
Dentro de los gráficos presentados, se aprecian los diversos sectores industriales como además los ingresos en valor FOB (dólares americanos) de estas, al entablar tal relación se observa por ejemplo que en la mayoría de sectores tienen una mayor participación las microempresas, es decir aquellas que tienen ingresos anuales por exportación menores a los USD \$ 100 000.00. El caso más representativo es el del sector textil, que si bien ha disminuido un poco a lo largo de los años de estudio, es aquel donde se encuentra una mayor cantidad de microempresas, aspecto que puede llevar a identificar el porqué de sus problemas. Otro caso resaltante es el de las empresas del rubro agropecuario que hacia el 2010 tenían una similar o mayor participación de microempresas, pero que para finales del

2014, había registrado un mayor incremento de las pequeñas empresas. Otro de los rubros donde también se aprecia una gran cantidad de microempresas es el de metal mecánica.

Dentro de lo que es pieles y cueros se observa una mayor participación de lo que son pequeñas empresas para el 2014, si bien en los años previos existían microempresas dentro del rubro, las mismas fueron reduciendo su participación, lo mismo se puede decir de los demás tamaños de empresas en este rubro.

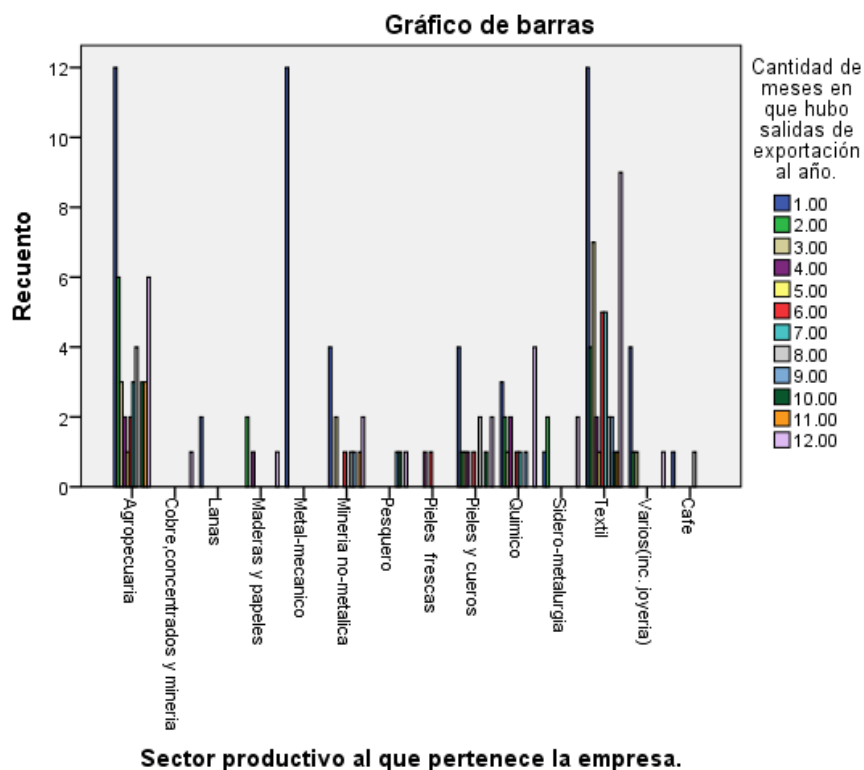
Para las relaciones entre el sector industrial y la cantidad de meses en que hubo salidas, se obtuvieron los siguientes gráficos:

2010



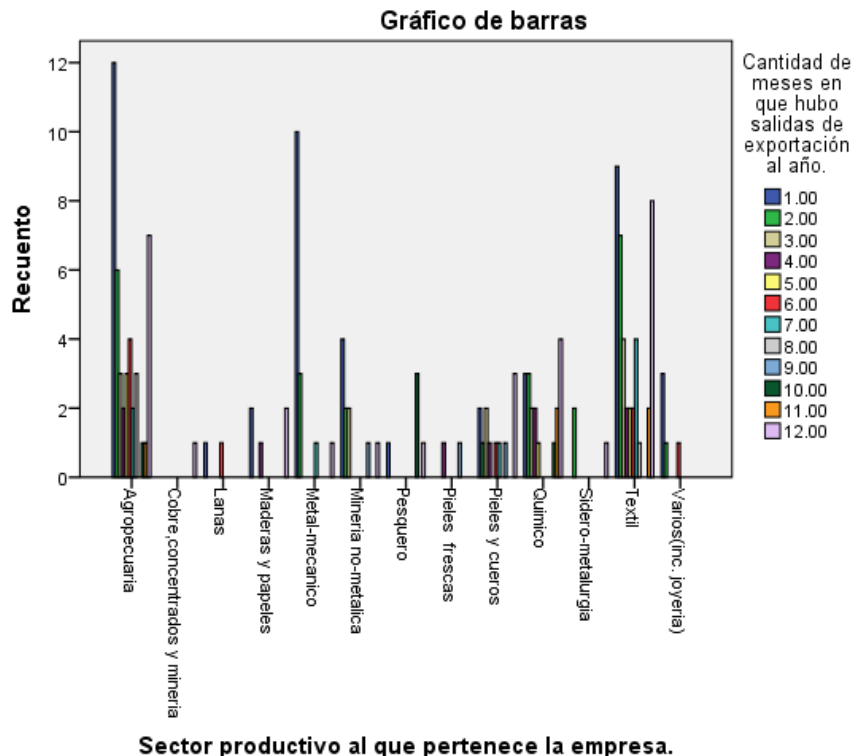
Cuadro 27: Relación de cantidad de meses que hubo salidas con sector de MIPYMES en 2010. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

2011



Cuadro 28: Relación de cantidad de meses que hubo salidas con sector de MIPYMES en 2011. Fuente: SUNAT-PromPerú.
Elaboración: Propia

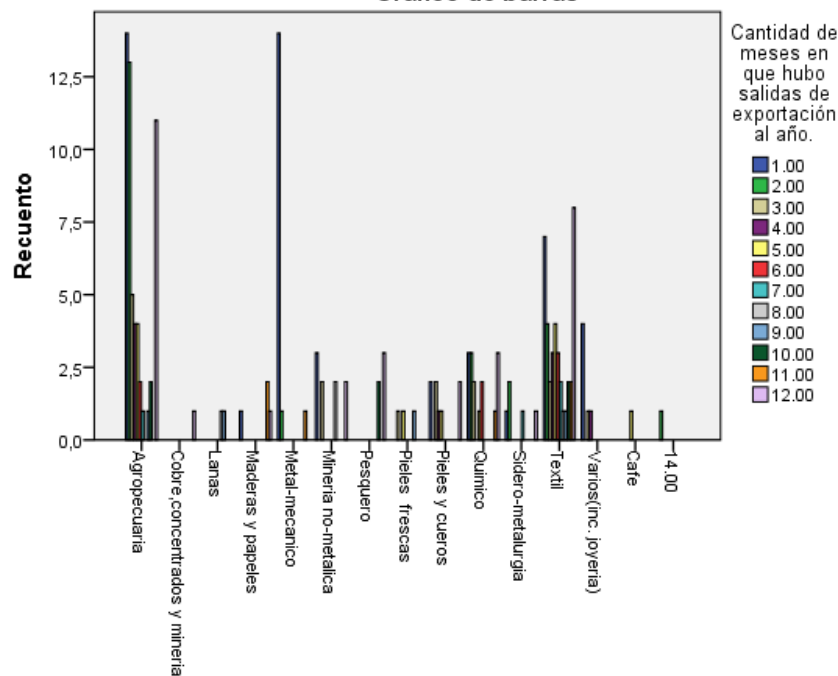
2012



Cuadro 29: Relación de cantidad de meses que hubo salidas con sector de MIPYMES en 2012. Fuente: SUNAT-PromPerú.
Elaboración: Propia

2013

Gráfico de barras

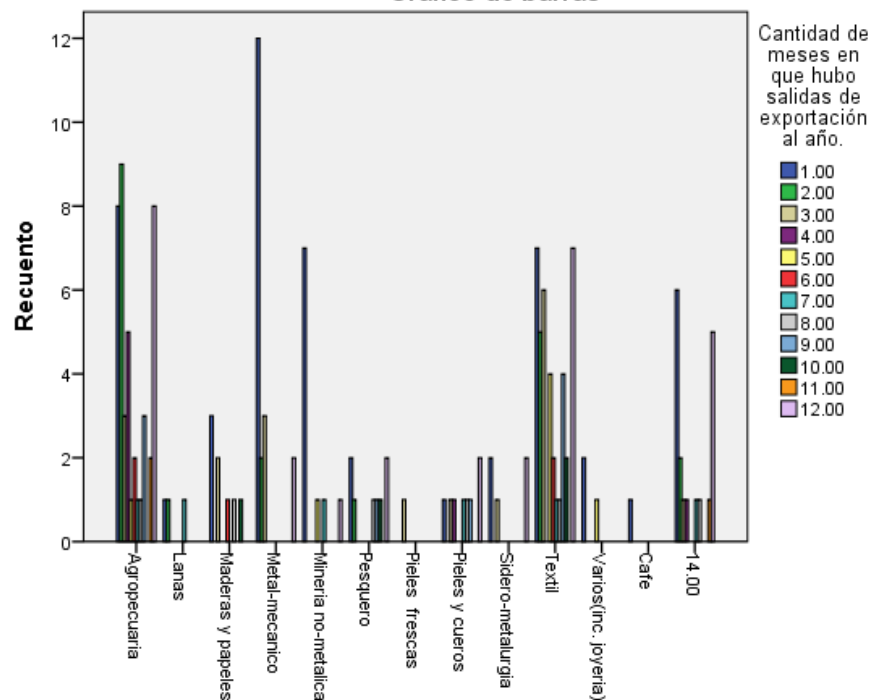


Sector productivo al que pertenece la empresa.

Cuadro 30: Relación de cantidad de meses que hubo salidas con sector de MIPYMES en 2013. Fuente: SUNAT-PromPerú.
Elaboración: Propia

2014

Gráfico de barras



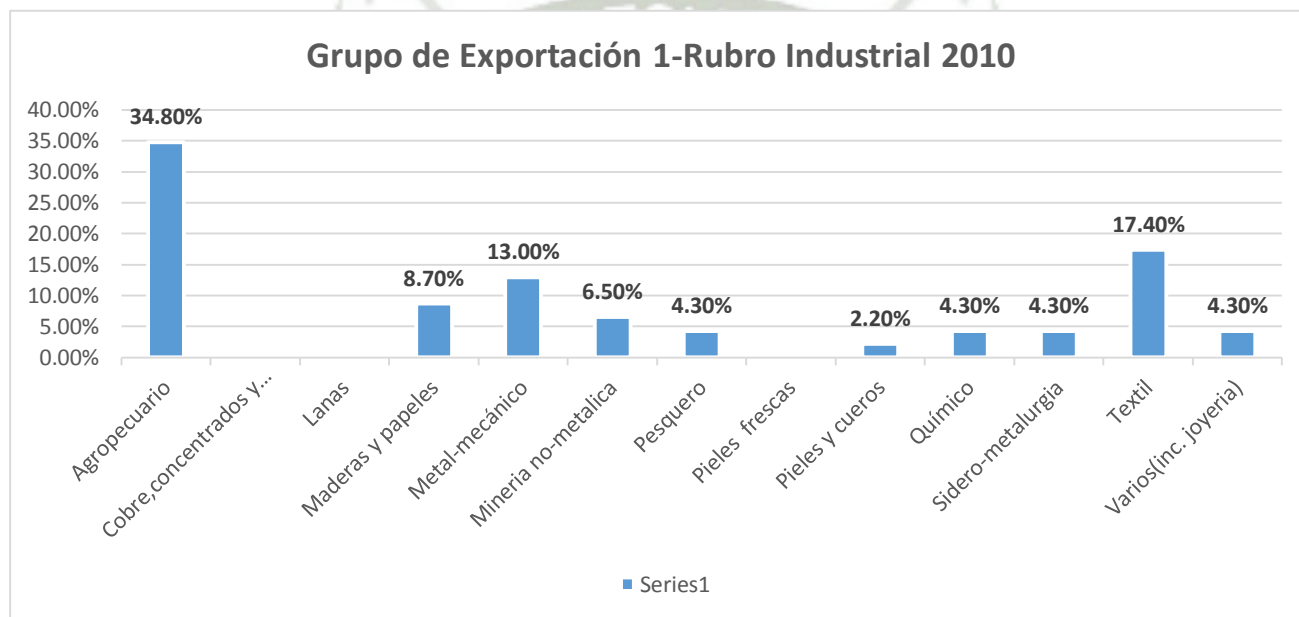
Sector productivo al que pertenece la empresa.

Cuadro 31: Relación de cantidad de meses que hubo salidas con sector de MIPYMES en 2014. Fuente: SUNAT-PromPerú.
Elaboración: Propia

5.2.3. Tablas de Contingencia en relación al Grupo de Exportación 1

A continuación se presentará estadística de las empresas que se encuentran dentro del grupo de exportación número 1, es decir todas aquellas que abandonaron la exportación, o que sólo tuvieron salidas por una única vez.

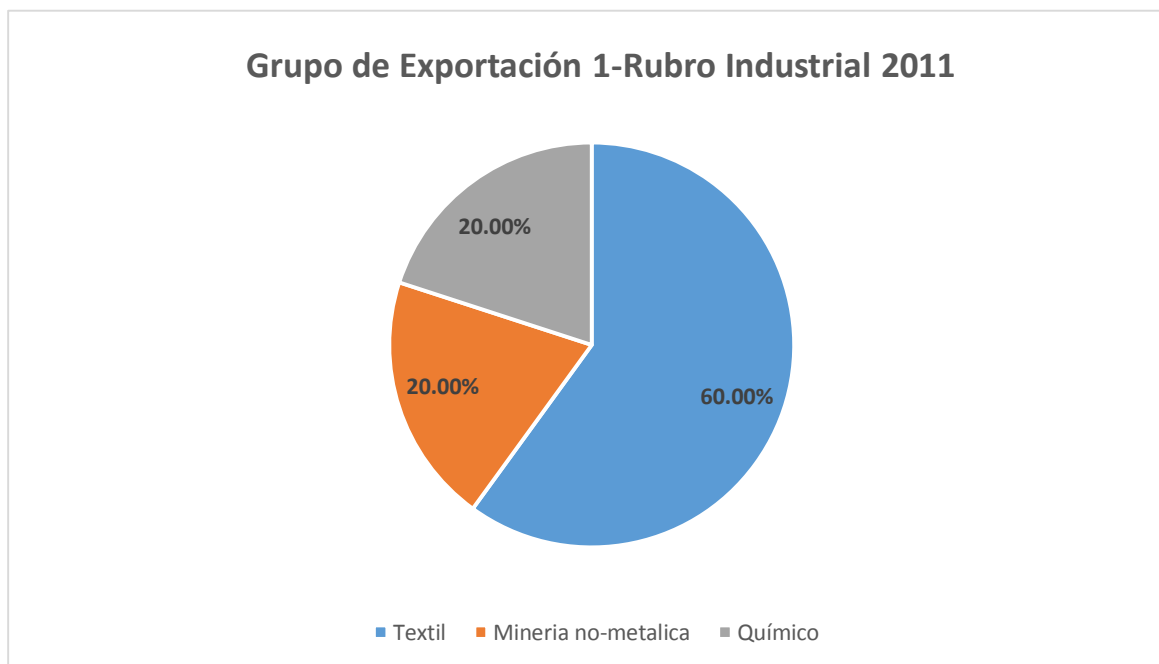
Se empezará relacionado este grupo de exportación con el rubro de empresas al que pertenecen para los años 2010-2014.



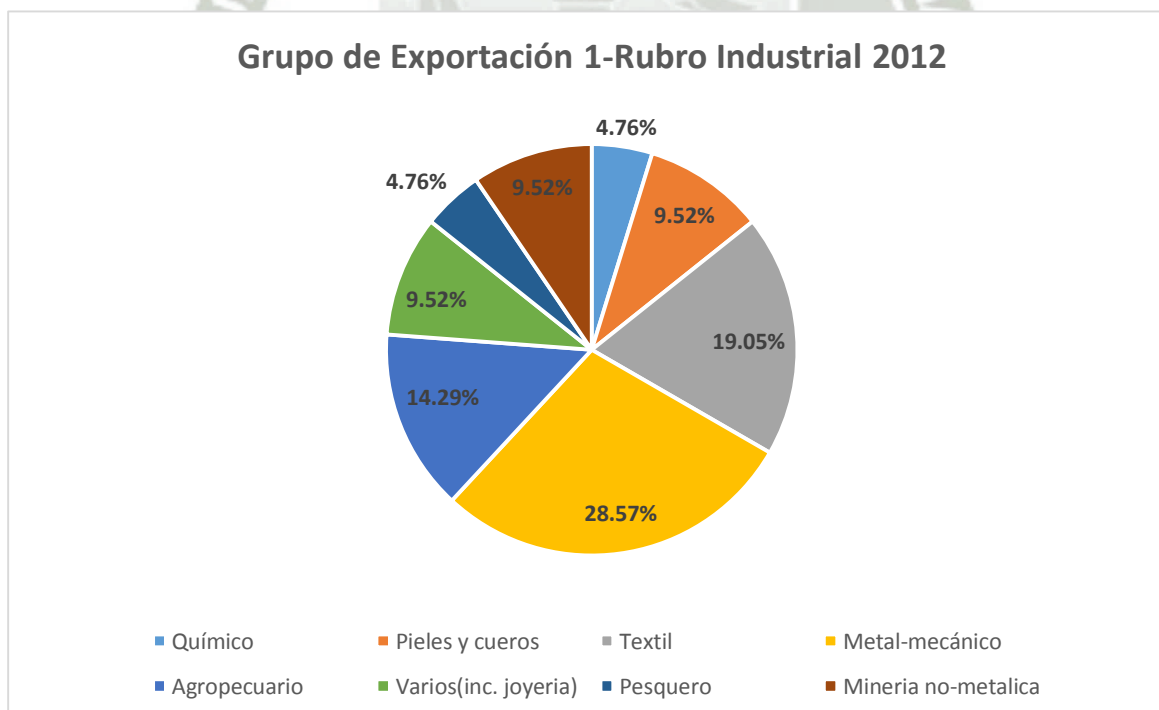
Cuadro 32: Relación G1 con sector industrial de MIPYMES en 2010. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

Como puede verse gran parte de las MIPYMES de la región Arequipa que abandonaron la exportación se encuentran dentro de los rubros con mayor participación, es decir el Agropecuario y el de Textiles, que juntos representan más del 50% de las empresas que dejaron de exportar. Seguidamente se encuentran las empresas del rubro metal-mecánico y las del maderas y papeles con 13 y 8.70% respectivamente.

Dentro de las nuevas empresas que aparecieron en el 2011, la composición de aquellas que se encuentran en el grupo de exportación es la siguiente:

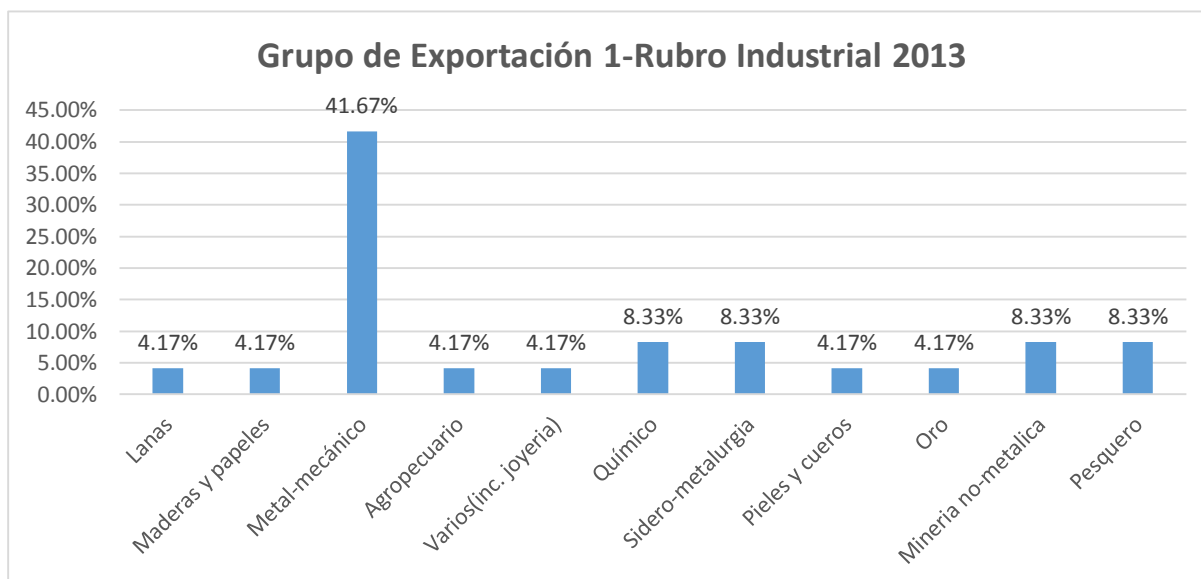


Cuadro 33: Relación G1 con sector industrial de MIPYMES en 2011. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia



Cuadro 34: Relación G1 con sector industrial de MIPYMES en 2012. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

En el año 2012, sin embargo la estadística para las empresas que se encuentran en el grupo 1 cambió a ser mayoritariamente compuesta por las empresas del rubro metal-mecánico, seguidas de aquel del rubro textil y agropecuario, con 28.57, 19.05 y 14.29% respectivamente.

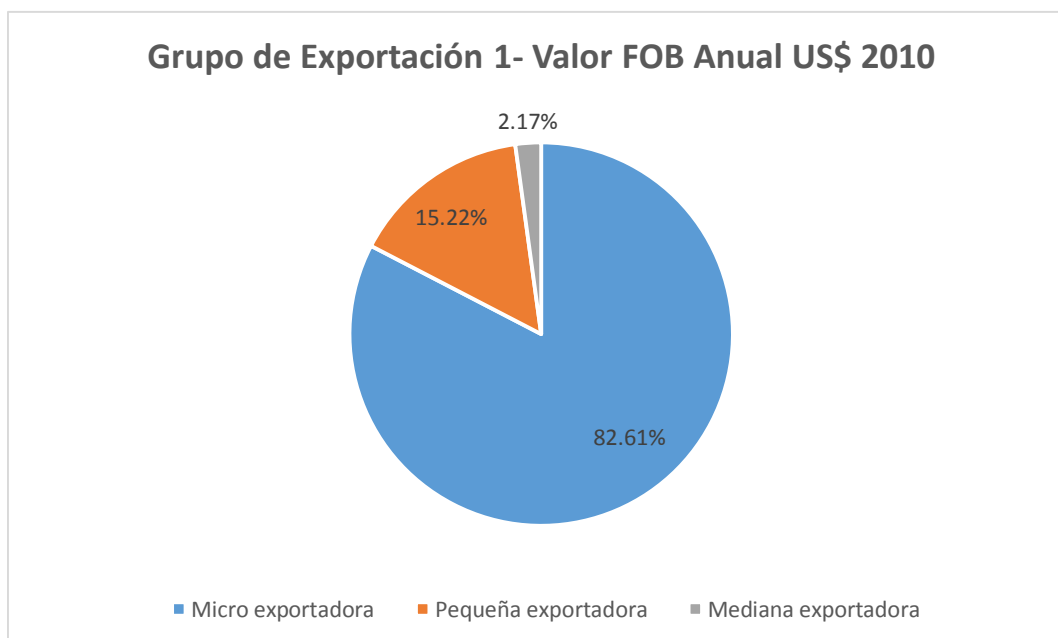


Cuadro 35: Relación G1 con sector industrial de MIPYMES en 2013. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

Para el año 2013, una estadística diferente se presenta, siendo de las 24 empresas nuevas en este año que pertenecen al grupo 1, la gran parte pertenece al rubro metal mecánico. Es importante mencionar que no se puede definir empresas al grupo de exportación número 1 para el año 2014.

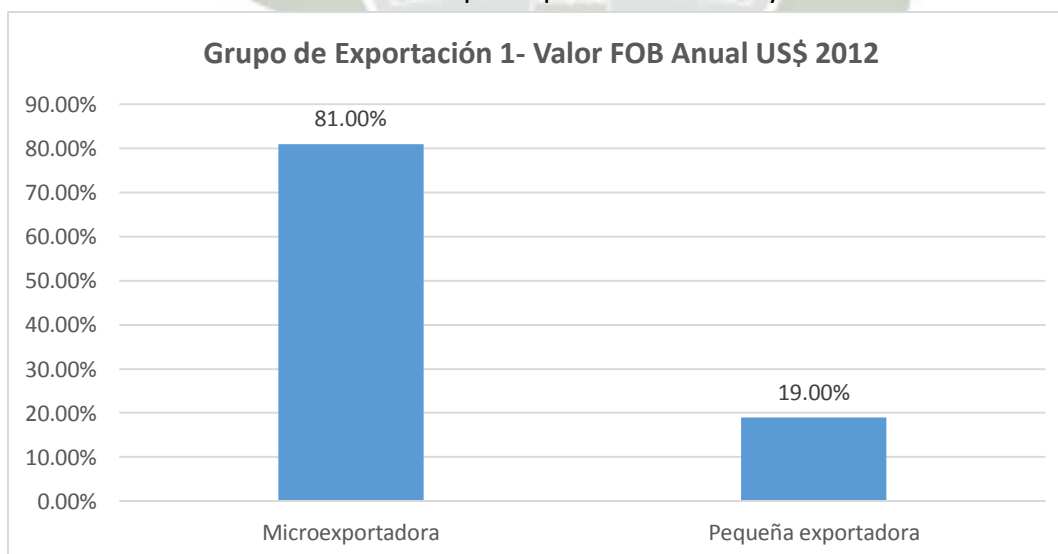
Con respecto a la relación que existe entre este grupo de exportación y los ingresos que tuvieron en valor FOB anual en US\$, se presentan las siguientes estadísticas para los años 2010-2013.

Para el año 2010, de las empresas que se clasificaron dentro del grupo de exportación número 1, el 82.61% había tenido ingresos por menor a los US\$ 100 000.00, siendo estas del tamaño de microempresa.



Cuadro 36: Relación G1 con valor FOB en US\$ de MIPYMES en 2010. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

De las 5 y 24 empresas que se clasificaron como grupo de exportación número 1, todas fueron vistas como de nivel micro empresa para el año 2011 y 2013.



Cuadro 37: Relación G1 con valor FOB en US\$ de MIPYMES en 2012. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

Como puede analizarse, la gran mayoría de empresas que han dejado de exportar pertenecen al tamaño de las microempresas, aspecto que llevar a entender que estas son las empresas que requieren un mayor enfoque y que por su misma constitución son aquellas que se encuentran en mayor riesgo.



Capítulo VI: Evaluación de MIPYMES de la Región Arequipa II

Dentro del presente capítulo se procederá a realizar un análisis cualitativo de los datos primarios obtenidos a través de entrevistas semiestructuradas. Como se explicó en el capítulo anterior a través de la metodología de selección y depuración de la base de datos original obtenida a través de PromPerú, fueron creados nueve grupos de exportación que corresponden a distintos niveles y frecuencias de exportación durante el periodo de muestra (2010-2014).

6.1. Selección de Empresas

Cómo es entendido a través del Gobierno, y el Ministerio de Turismo y Comercio Exterior, además de PromPerú, una empresa puede ser considerada como *exportadora* al haber registrado salidas comerciales de por lo menos tres años seguidos.

Bajo dicha premisa, se ha considerado para el presente estudio utilizar a los grupos 3 y 4, ya que los mismos representan a las empresas que han exportado por lo menos tres años seguidos desde el 2010 y 2011. Dejando de lado a las nuevas empresas aparecidas desde el 2012, al no poder esclarecerse aún sus exportaciones para el presente año y/o por falta de datos (años 2013 y 2014).

Dentro de los mencionados grupos, se encontraron 20 empresas (continuando bajo la política de residencia en la Región de Arequipa), que muestran los siguientes datos para su sector y grupo de exportación:

Empresa	Grupo de Exportación	Sector
Empresa 1	3	MINERÍA NO METÁLICA
Empresa 2	4	TEXTIL
Empresa 3	4	TEXTIL
Empresa 4	3	TEXTIL
Empresa 5	3	AGROPECUARIO
Empresa 6	3	MADERAS Y PAPELES
Empresa 7	3	AGROPECUARIO
Empresa 8	3	PIELES Y CUEROS
Empresa 9	4	PIELES Y CUEROS
Empresa 10	4	PIELES Y CUEROS
Empresa 11	4	TEXTIL
Empresa 12	3	TEXTIL
Empresa 13	4	PIELES Y CUEROS
Empresa 14	3	TEXTIL
Empresa 15	4	PIELES Y CUEROS
Empresa 16	3	MINERÍA NO METÁLICA
Empresa 17	4	TEXTIL
Empresa 18	3	MINERÍA NO METÁLICA
Empresa 19	3	QUÍMICO
Empresa 20	3	TEXTIL

Tabla 324: Población de MIPYMES arequipeñas a evaluar pertenecientes al G3y G4. Fuente: SUNAT-PromPerú.
Elaboración: Propia

Cada una de estas empresas (excepto las número 18,19 y 20), presentan datos del número de meses que han registrado salidas, sus ingresos en valor FOB, y las regiones a las que han exportado por año, desde el año 2010 hasta el 2014, siendo para el caso de las empresas número 18, 19 y 20 los mismos datos desde el año 2011. En el apéndice, se presentan las tablas de dichos datos para cada uno de los años mencionados.

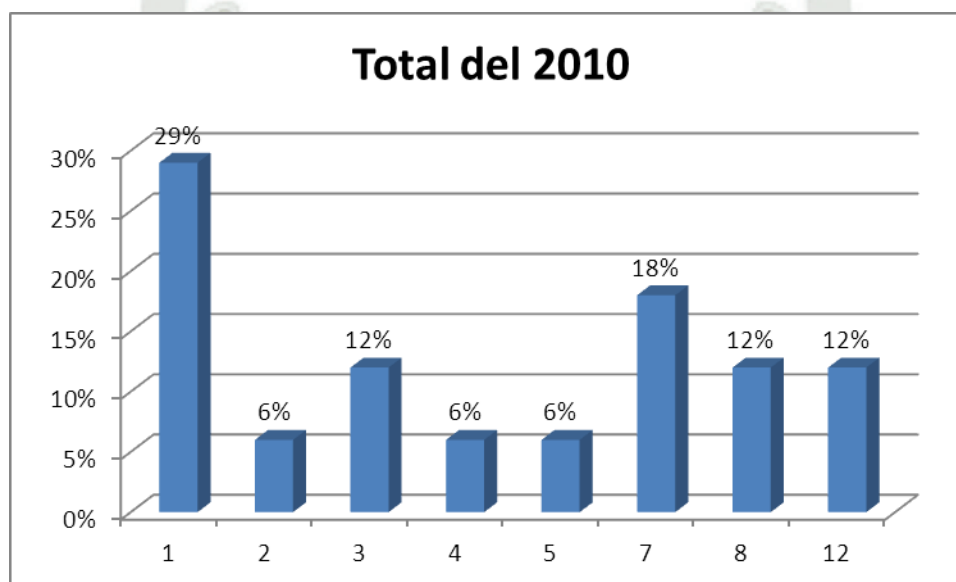
A continuación, se bosquejan dichas tablas en gráficos que ayuden a analizar mejor la casuística de las mencionadas empresas.

6.2. Análisis Estadístico de las Empresas

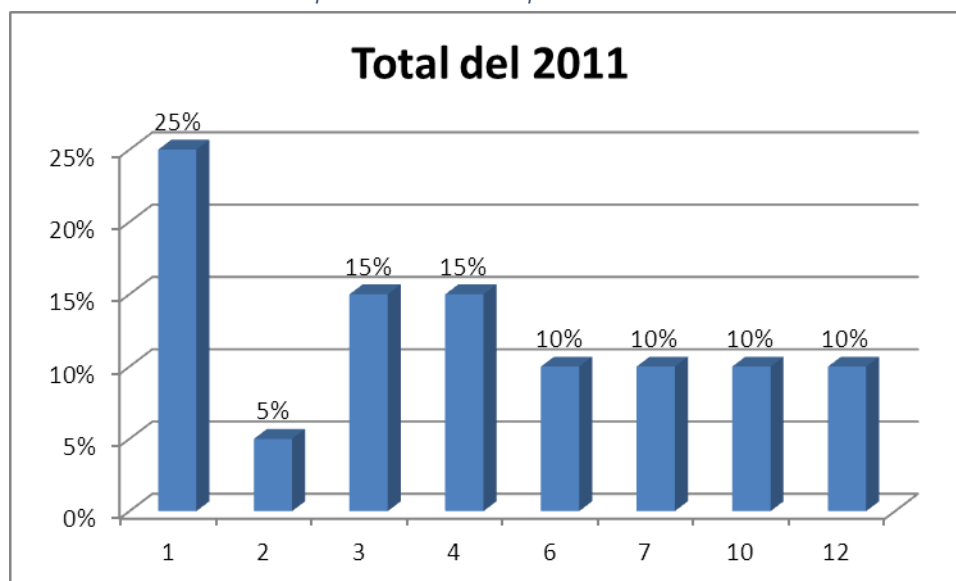
En el siguiente acápite se presenta información descriptiva de las 20 empresas encontradas, a manera de entender mejor su casuística y el contexto en que se desenvuelven.

6.2.1. Frecuencia de las Variables

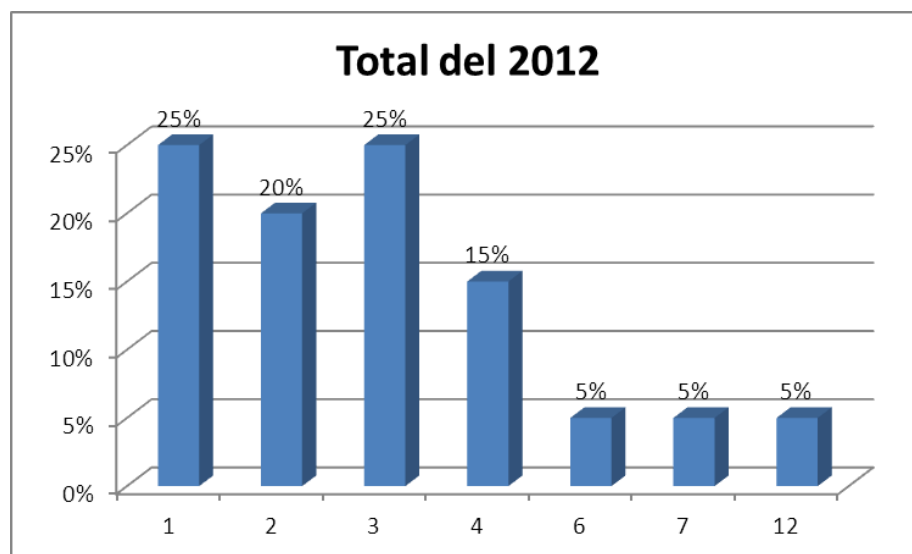
A continuación se presenta estadística referente a las frecuencias de las variables de los meses exportados entre los años 2010 y 2013.



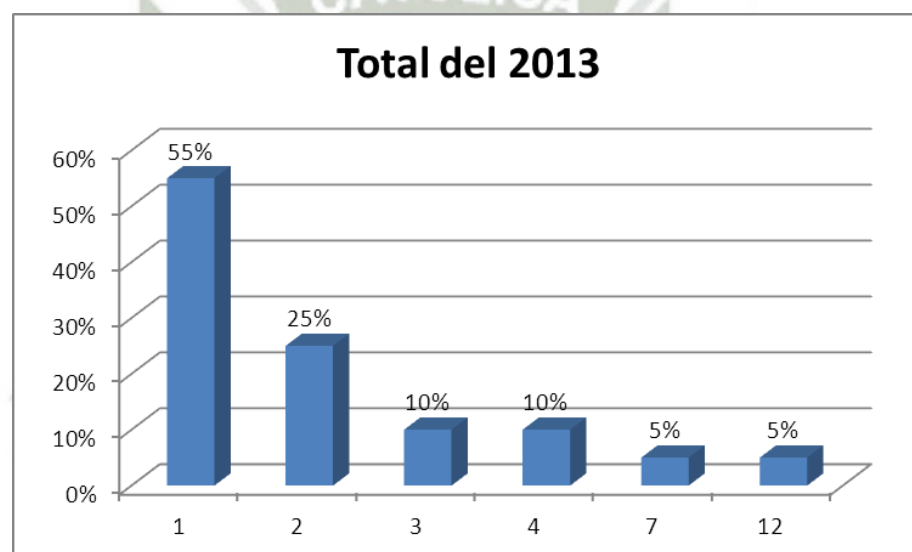
Cuadro 38: Cantidad de meses que hubo salidas de exportación en 2010. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia



Cuadro 39: Cantidad de meses que hubo salidas de exportación en 2011. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

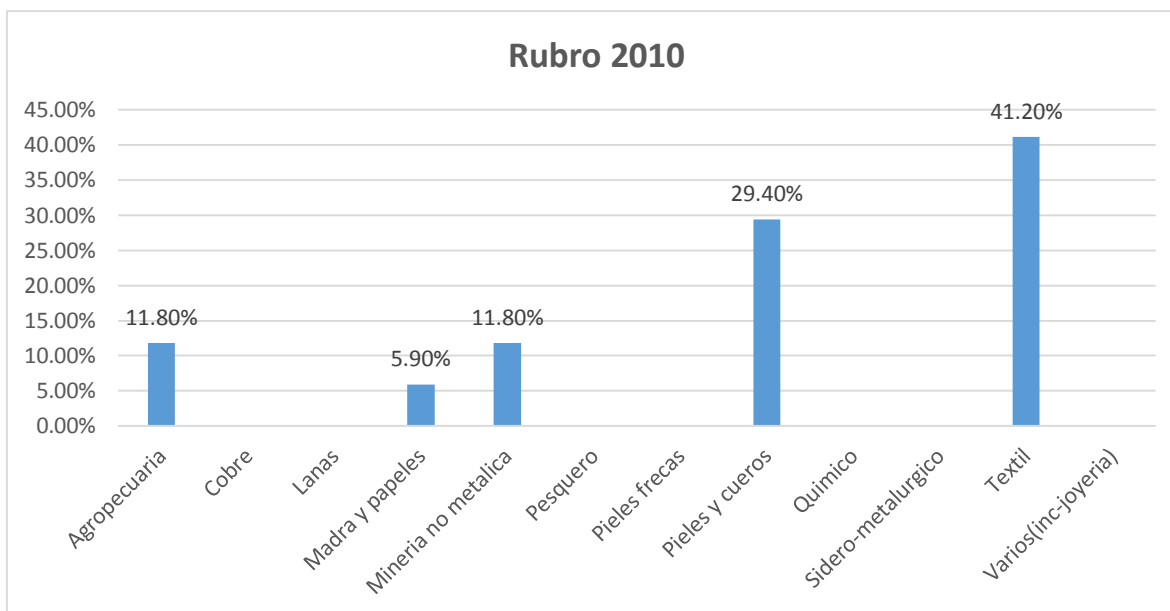


Cuadro 40: Cantidad de meses que hubo salidas de exportación en 2012. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

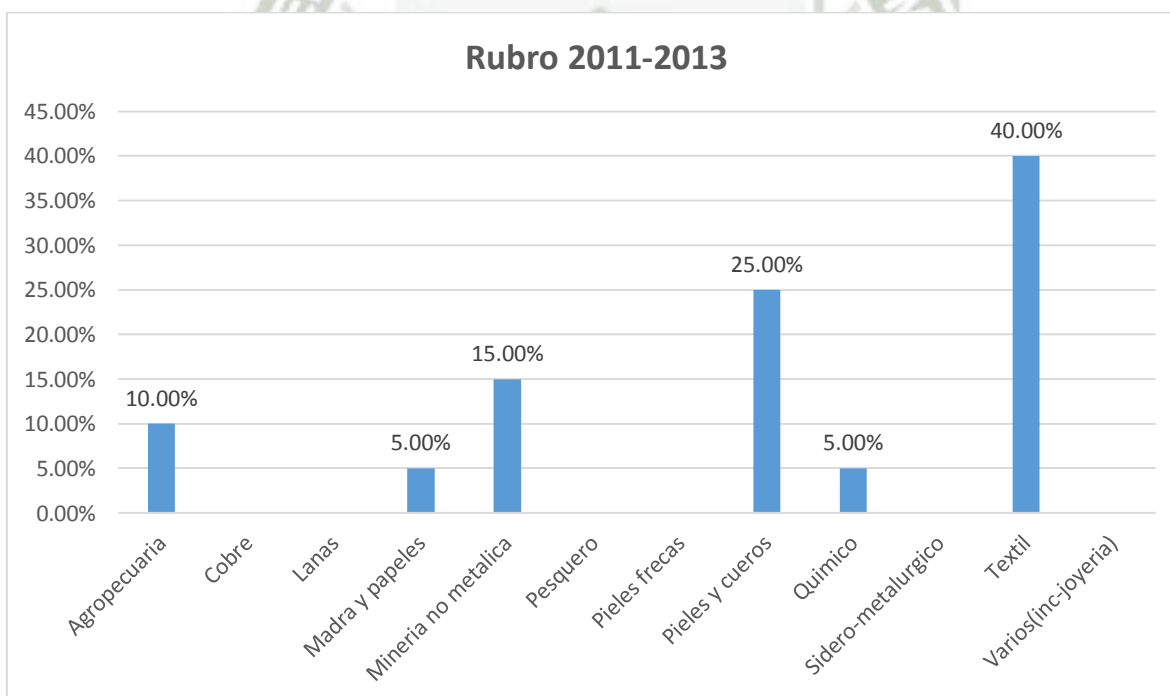


Cuadro 41: Cantidad de meses que hubo salidas de exportación en 2013. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

A través de un análisis dinámico, puede entenderse como es que han venido disminuyendo las exportaciones de estas empresas, que para el 2010, un 29% tenía salidas solamente una vez al año, ratio que fue disminuyendo para el 2011 y 2012, sin embargo para el 2013 el número de empresas que tenía una sola salida de exportación al año fue mayor al 50%, a partir de dicho ratio podemos empezar a ver que existe un problema para las ventas al exterior de estas empresas. Incluso aquellas que tenían salidas todos los meses del año, han disminuido en un 58%, pasando a ser ahora sólo el 5% de las empresas analizadas.



Cuadro 42: Sector productivo al que pertenecen las MIPYME exportadoras en 2010. Fuente: SUNAT-PromPerú
Elaboración: Propia

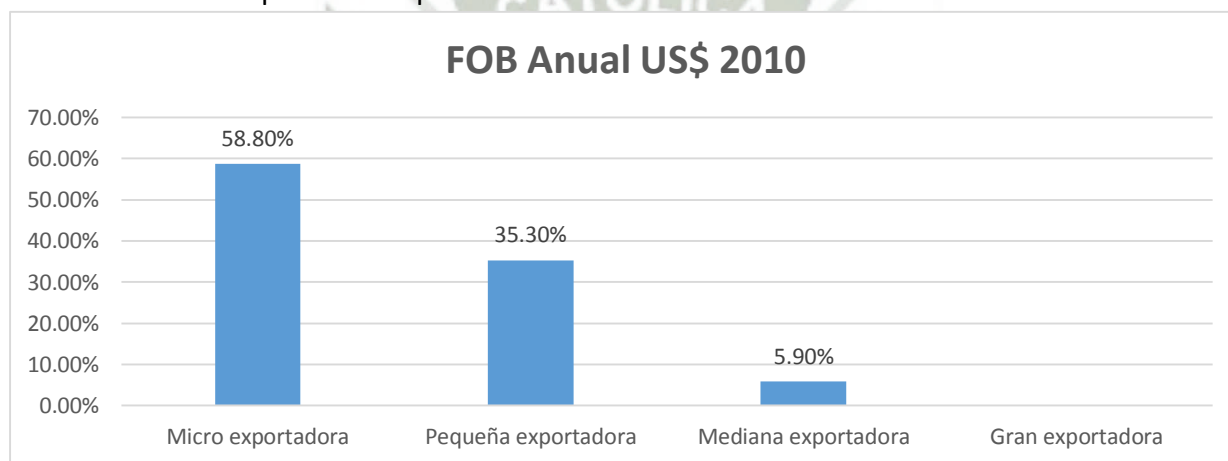


Cuadro 43: Sector productivo al que pertenecen las MIPYME exportadoras en 2011, 2012 y 2013.

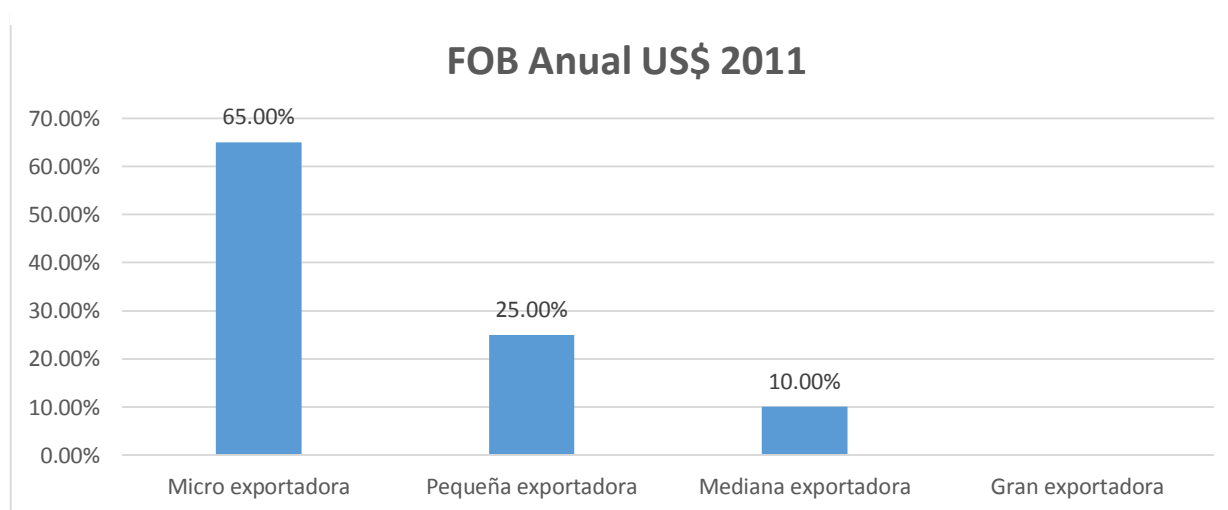
Fuente: SUNAT-PromPerú Elaboración: Propia

Como puede observarse en las gráficas presentadas anteriormente, la gran parte de empresas identificadas que han exportado por los menos 3 años seguidos se encuentran en el rubro textil, siendo el 40% del total. Seguidos vienen las empresas de pieles y cueros con el 25%, y el 20% restante se encuentra repartido entre el sector agropecuario, madera y papeles y el químico.

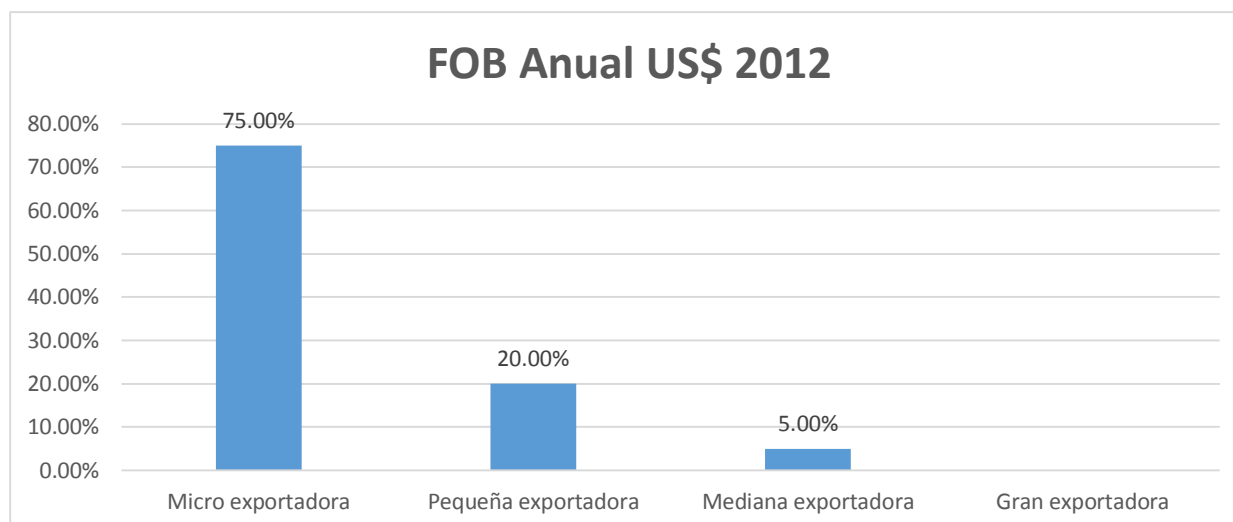
Es importante resaltar que existe un cambio de composición del año 2010 a los siguientes al haber entrado en la población analizada 3 empresas nuevas que recién iniciaron sus actividades de exportación a partir del 2011.



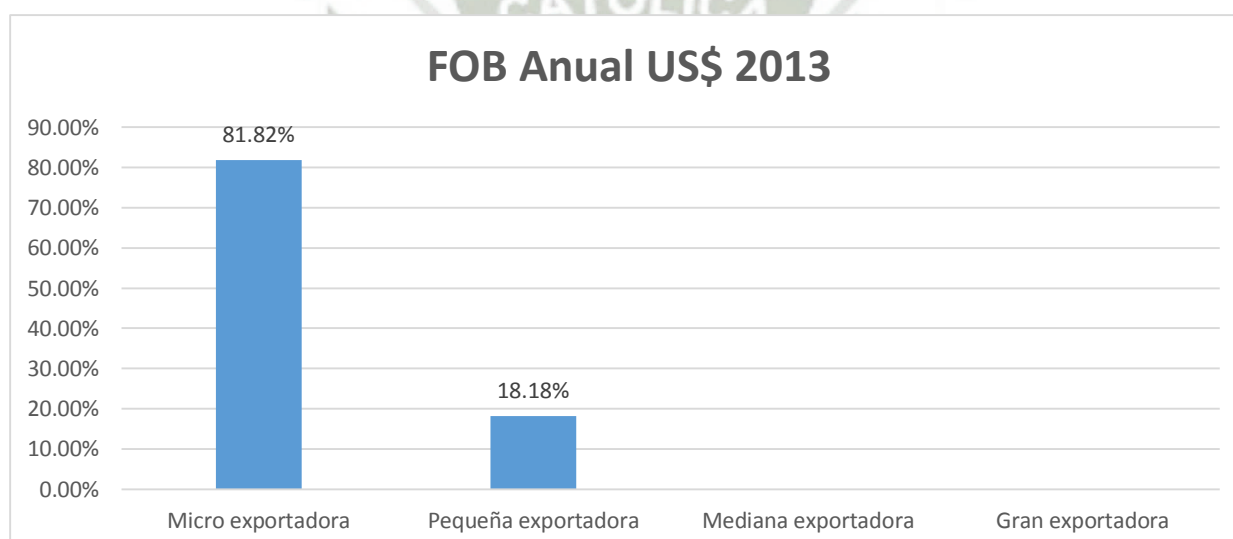
Cuadro 44: Valor FOB en US\$ recibido por MIPYMES en 2010. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia



Cuadro 45: Valor FOB en US\$ recibido por MIPYMES en 2010. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia



Cuadro 47: Valor FOB en US\$ recibido por MIPYMES en 2012. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia



Cuadro 46: Valor FOB en US\$ recibido por MIPYMES en 2013. Fuente: SUNAT-PromPerú. Elaboración: Propia

Los gráficos presentados anteriormente reflejan un grave caso para las empresas que se han venido analizando, como puede observarse aquellas que tenían ventas FOB anuales por menor a los US\$ 100 000 (micro empresas) fue del 59% para el 2010, sin embargo tal ratio se ha incrementado progresivamente hasta llegar a ser más del 80% para el 2013. Como se observa, entonces, tal estadística guarda relación con la de meses exportados al año, que vinieron disminuyendo tal como lo hicieron los ingresos de estas empresas. Es por tal

motivo importante analizar qué es lo que ha venido sucediendo con estas empresas para que disminuyan sus exportaciones.

6.2.2. Tablas de Contingencia en Relación al Sector Industrial

En las siguientes tablas se presenta un cruce de datos del sector industrial al que pertenecen las empresas así como el ingreso en FOB anual en US\$ que tuvieron entre los años 2010 y 2012.

Frecuencia de sector del 2010	Cantidad de \$ en valor FOB							
	Total		Micro		Pequeña		Mediana	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Total absoluto (N)	17	100	10	58.8	6	35.3	1	5.9
Agropecuaria	2	11.8			2	100		
Madera y papeles	1	5.9	1	100.0				
Minería no metálica	2	11.8	1	50.0	1	50.0		
Pieles y cueros	5	29.4	1	20.0	3	60.0	1	20.0
Textil	7	41.2	7	100.0				

Tabla 335: Relación de valor FOB US\$ recibido con sector de MIPYMES en 2010. Fuente: SUNAT-PromPerú.

Elaboración: Propia

Frecuencia de sector del 2011	Total		Cantidad de \$ en valor FOB					
			Micro		Pequeña		Mediana	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Total absoluto (N)	20	100	13	65.0	5	25.0	2	10.0
Agropecuaria	2	10			1	50.0	1	50.0
Madera y papeles	1	5	1	100.0				
Minería no metálica	3	15	2	66.7	1	33.3		
Pieles y cueros	5	25	2	40.0	2	40.0	1	20.0
Químico	1	5	1	100.0				
Textil	8	40	7	87.5	1	12.5		

Tabla 346: Relación de valor FOB US\$ recibido con sector de MIPYMES en 2011. Fuente: SUNAT-PromPerú.

Elaboración: Propia

Frecuencia de sector del 2012	Total		Cantidad de \$ en valor FOB					
			Micro		Pequeña		Mediana	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
Total absoluto (N)	20	100	15	75.0	4	20.0	1	5.0
Agropecuaria	2	10	1	50.0	1	50.0		
Madera y papeles	1	5	1	100.0				
Minería no metálica	3	15	3	100.0				
Pieles y cueros	5	25	3	60.0	1	20.0	1	20.0
Químico	1	5	1	100.0				
Textil	8	40	6	75.0	2	25.0		

Tabla 357: Relación de valor FOB US\$ recibido con sector de MIPYMES en 2012. Fuente: SUNAT-PromPerú.

Elaboración: Propia

Como se aprecia en cada una de las tablas, el único sector en donde existen medianas empresas es el de pieles y cueros durante los años analizados, mientras que gran parte del sector textil se encuentra dentro de las micro empresas, como lo son también los sectores de madera y papeles y químico. Sin embargo, el único sector que paso de aumentar su tamaño de micro a pequeña empresa exportadora, fue el de textiles que para el 2010 no tenía empresas en nivel pequeño, y hacia el 2012 incremento ese nivel a un 25%.

El caso de minería no metálica se da en que para el 2010, por lo menos un 50% se encontraba dentro de las pequeñas empresas exportadoras, pero ese ratio pasó a ser un 100% para el 2012.

6.3. Selección de Empresas y Análisis Cualitativo

Para poder realizar un análisis propio de la casuística de las 20 empresas encontradas, se optó por realizar un análisis cualitativo, como fue explicado en el capítulo I y III de la presente investigación.

La selección de dicha investigación resulta en comprender la perspectiva de los participantes, en este caso empresarios, acerca del fenómeno de las distintas limitantes que estén hallando para poder continuar con sus negocios. Además de la practicidad de un análisis cualitativo que permita entender de mejor manera las experiencias y quejas que tengan estos empresarios, frente a un análisis cuantitativo que no consideraría los mismos.

De las 20 empresas identificadas para el caso estudio, sólo se contó con la participación de 11 empresas, 2 otras no fueron encontradas, 4 se encuentran dadas de baja según reportes de la SUNAT y 3 se negaron a conceder la entrevista. Para poder incrementar este número de entrevistas y además acercarnos a resolver la pregunta de investigación principal, se acudió a 2 empresas listadas en el grupo 2, una perteneciente al rubro textil y la otra al rubro de cerámicos y porcelanas, ambas identificadas como casos agregados al estudio. De esta manera se cuenta con un total de 13 entrevistas.

6.3.1. Elaboración de la Entrevista Semiestructurada

Para la realización de las entrevistas, se procedió a elaborar una Guía de Pautas denominada como “Encuestas a MIPYMES del Sector Exportador”, la misma que puede ser hallada en el apéndice. Esta guía de pautas cuenta de 3 partes generales, la primera es una encuesta

demográfica, donde se busca saber principalmente la edad y nivel educativo de los empresarios entrevistados y los años de funcionamiento y número de empleados de la empresa.

La segunda parte trata de encontrar los elementos endógenos que estén afectando a las MIPYMES del sector exportador, dentro la misma se encuentran 4 subpartes, la primera denominada “Introducción” se encuentra enfocada a entender cómo y por qué fue que se decidió empezar con el negocio-empresa, aspecto que resulta interesante al analizar si la mayoría de empresas en la región nacen para subsistir y mantener familias, nacen de manera de continuar con un legado familiar o sino por expectativas reales de emprendedurismo. La segunda subparte “Experiencia Anterior y Capacitación”, busca analizar si los emprendedores ya conocían del tipo de negocio que estaban abriendo y si por lo tanto manejaban los pormenores del mismo. Dentro de la misma parte, se encuentra el aspecto relacionado al personal, donde se invita a cada entrevistado a describir como es su personal, bajo qué circunstancias se contrata recursos humanos y el comportamiento de los mismos. La tercera subparte “Dificultades en Desarrollo de MIPYME” se centra en una primera instancia al aspecto del financiamiento y las tasas de interés, buscando saber si las empresas entrevistadas han recurrido a la banca y que es lo que piensan de ella frente a ser una oportunidad o amenaza para sus fines, posteriormente se afrontan los temas de manejos operacionales y administrativos de las empresas así como el aspecto del mercadeo y el establecimiento de precios. Por último se toman preguntas referidas al manejo estratégico de la empresa, a manera de saber si se cuenta con un plan estratégico como

además identificar que carencias existen para hacer crecer la empresa, y preguntas enfocadas a la exportación de la empresa, con el objetivo de identificar que sucedió para que se dejará de exportar y que problemas identifican los empresarios entrevistados con respecto a los problemas que hay para la exportación, con o sin considerar su caso propio.

En la última parte de la entrevista se afrontan temas exógenos que puedan afectar a las MIPYMES, dentro de los cuales se mencionan inicialmente: Las empresas informales, la corrupción y burocracia del Gobierno, el uso de tecnologías adecuadas y, las políticas y programas de apoyo del Gobierno y PromPerú.

6.3.2. Metodología de Recolección de Datos y Análisis

Las entrevistas tuvieron en promedio una duración de una hora cada una, y fueron realizadas en las mismas oficinas y/o casas de los entrevistados, en ciertos casos se utilizaron las instalaciones del Departamento de Informática de la UCSM. Cada una de las entrevistas fue grabada utilizando la aplicación *Lite* para smartphones, cada uno de los entrevistados recibió una carta de compromiso firmada por el investigador y el Director de la Escuela Profesional de Ingeniería Industrial para certificar que ninguno de los datos obtenidos así como nombres de las empresas y sus dueños serían publicados directamente en la presente investigación.

Una vez realizadas las trece entrevistas, se procederá a realizar el análisis cualitativo de las mismas. Para ejecutar el análisis cualitativo se seguirán los siguientes pasos, además de la utilización del programa de software *Atlas.ti 7* para Windows:

1. **Transcripción de las entrevistas utilizando Excel a manera de dividir cada columna como una de las preguntas de la *Guía de Pautas Semiestructurada* que conlleva a una mejor comprensión de las preguntas por participante y para realizar una comparación en las mismas:** Cada una de las trece entrevistas fue transcrita a Microsoft Office Excel, para poder realizar las inmersiones necesarias en dicho documento y poder entender la problemática descrita en el mismo.
2. **Lecturas iniciales de inmersión:** Las mismas que permitirán entender y comparar las respuestas de los 13 participantes, a fin de empezar a distinguir los diversos factores que estén limitando a las empresas.
3. **Creación de códigos primarios, a los que serán asignados citas de cada entrevista:** Procediendo a definir cada código luego de lecturas intensiva de la transcripción, el fin de estos códigos es crear categorías de información.
4. **Creación de árbol semántico de códigos a fin de demostrar la relación de los mismos.**
5. **Codificación de segundo nivel:** Que permita comparar categorías, a manera de interpretar los datos y desarrollar patrones.
6. **Comprobación de la hipótesis inicial:** En cuyo caso sea negativo, se procederá a crear una nueva teoría en base al análisis realizado.

6.3.3. Creación de Codificación Primaria

A manera de empezar el análisis cualitativo, se procedió a continuar con las preguntas de la guía de pautas para convertirlas en los códigos primarios a utilizar en la inmersión inicial del análisis. Dichos códigos son los siguientes:

Apertura	Formalización	Personal	FinanciamientoUso
FinanciamientoDificultad	TasaInterés	Administrativo	Precios
Estrategia	ExportaciónAbandono	ExportaciónProblema	Tecnología
Informalidad	GobiernoCríticas	GobiernoProgramas	Adicional
Solución	Experiencia		

Tabla 368: Códigos primarios utilizados para iniciar el análisis cualitativo en Atlas.ti. Fuente: Propia. Elaboración: Propia

A continuación se procederá a realizar una descripción general de cada uno de estos dieciocho códigos:

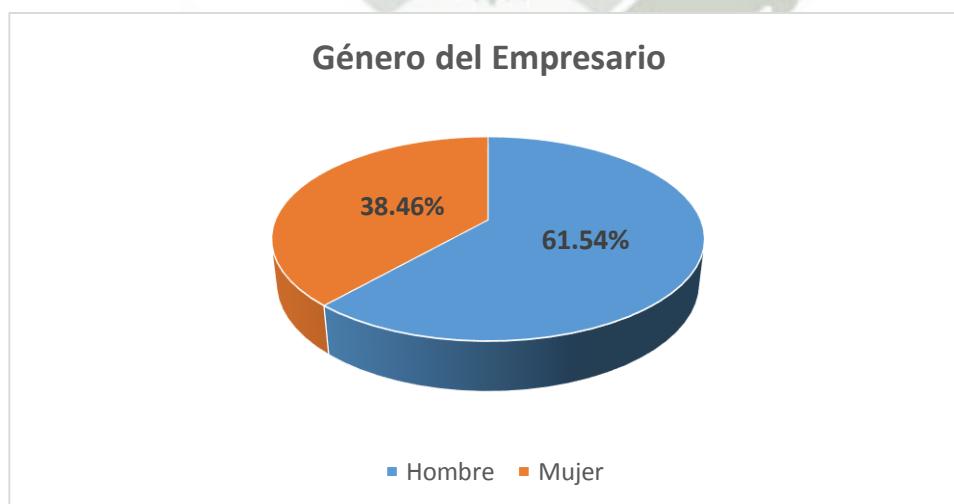
- a) **Apertura:** Se refiere al porque o bajo qué circunstancias se decidió empezar el negocio, se encuentra muy ligado al código Experiencia.
- b) **Formalización:** Sitúa si el proceso de formalización de las empresas fue muy largo y burocrático, o por el contrario normal.
- c) **Experiencia:** Similar al código Apertura, sin embargo busca saber si existió una experiencia previa en el manejo del mismo tipo de negocio.

- d) **Personal:** Aspecto variado en referencia al capital humano con el que cuenta la empresa, yendo el código hasta la descripción del mismo.
- e) **FinanciamientoUso:** Determina si existió o no uso del financiamiento de la banca, en caso contrario porque no se dio.
- f) **FinanciamientoDificultad:** Determina si existió alguna dificultad para obtener créditos bancarios.
- g) **TasaInterés:** Busca averiguar opinión de empresarios con respecto al costo del crédito.
- h) **Administrativo:** Refiere al manejo administrativo y de operaciones de la empresa, sobretodo en el uso de software adecuado para controlar los procesos.
- i) **Precios:** Refiere al manejo del mercadeo y al establecimiento de los precios de los productos que vende cada empresa.
- j) **Estrategia:** Determina si la empresa tiene un plan estratégico al cual ceñirse, además de averiguar que carencias tiene la empresa que no le permitan desarrollarse.
- k) **ExportaciónAbandono:** Determina las causas de la detención de las exportaciones.
- l) **ExportaciónProblema:** Busca la opinión de los empresarios frente a dificultades existentes para ellos o en general frente a la exportación.
- m) **Tecnología:** Determina el uso de las máquinas y tecnología adecuada para la producción.
- n) **Informalidad:** Refiere a problemas exógenos como empresas informales en la competencia o la corrupción del estado.

- o) **GobiernoCríticas:** Busca la opinión de los empresarios frente a las acciones que toma o no el Gobierno.
- p) **GobiernoProgramas:** Busca conocer si los empresarios conocen de los programas de beneficio del Gobierno, así como una opinión del mismo.
- q) **Adicional:** Comentarios adicionales que no encajan en alguno de los otros códigos.
- r) **Solución:** Propuestas del investigador referentes a cada entrevista.

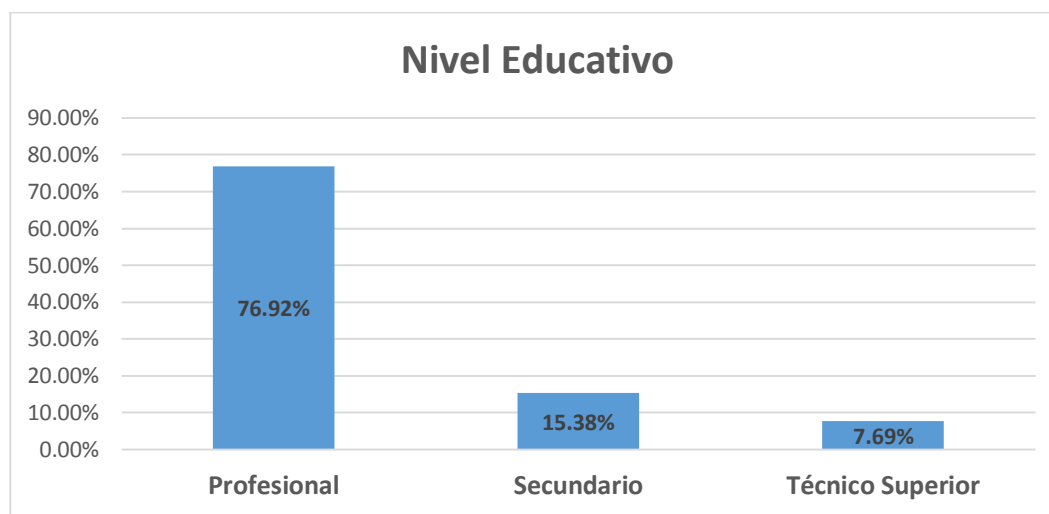
Además de la codificación primaria que ha sido presentada e ingresada al software Atlas.ti, se crearon grupos de familias respecto a los conceptos de: Rubro o sector industrial al que pertenece la empresa, años de funcionamiento de la empresa, género del empresario y nivel educativo, siendo los primeros resultados los siguientes:

Del total de los trece empresarios entrevistados, 8 fueron hombres por lo que representan aproximadamente el 62% de la muestra entrevistada. Este dato podría llevar a pensar que la mayoría de este tipo de start-ups en la región de Arequipa, están lideradas por el género masculino.



Cuadro 48: Proporción de empresarios entrevistados según su género. Fuente: Propia. Elaboración: Propia

Con respecto al nivel educativo de los empresarios entrevistados, se obtuvieron los siguientes datos. Como puede ser observado, la mayoría de ellos cuenta con el nivel universitario, siendo sólo 2 de ellos los únicos con nivel secundario completo.

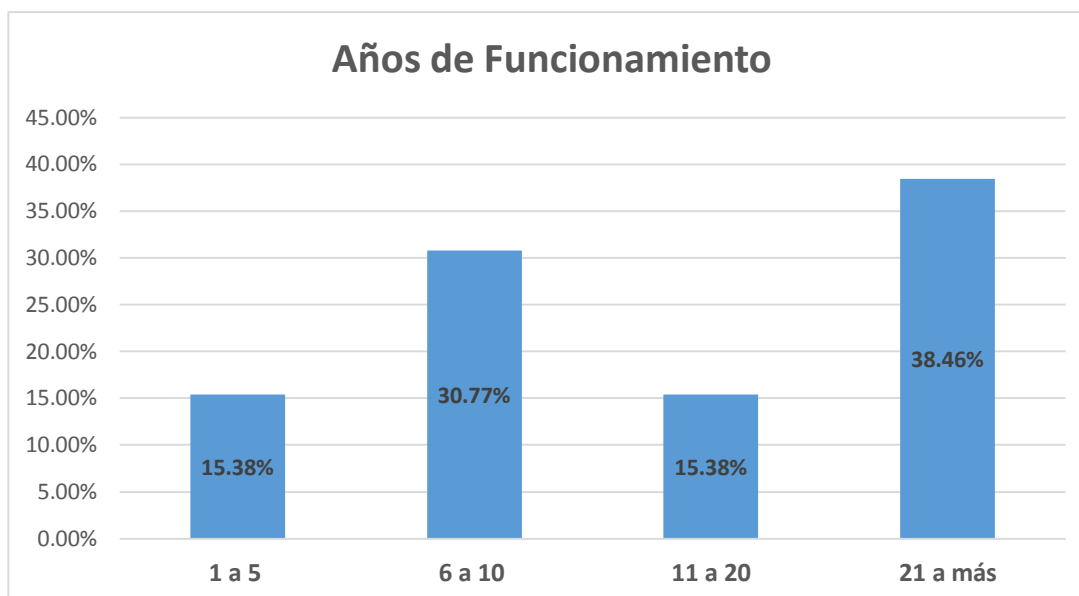


Cuadro 49: Proporción de empresarios entrevistados según su nivel educativo. Fuente: Propia. Elaboración: Propia

Es importante recalcar que las carreras de estudios universitarios y de técnico superior seguidos difieren bastante del rubro empresarial seguido, en aproximadamente un 50%. Las carreras afines encontradas para el otro 50% fueron de: Economía (en su mayoría) e Ingeniería Industrial.

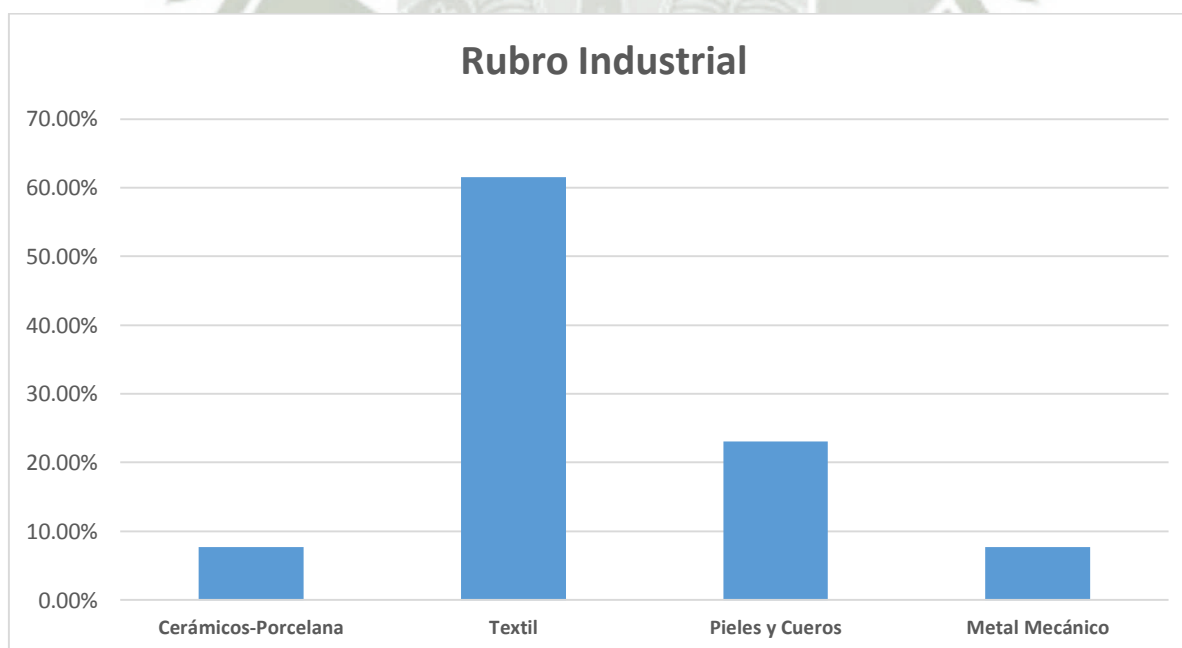
Referente a los años de funcionamiento de estas empresas, casi un 38% tiene más de 20 años, siendo en su mayoría éstas, empresas que han continuado con un legado familiar o vienen de un historial familiar, y sólo una fue creada en la época de los ochenta por subsistencia.

El resto de empresas tienen en su mayoría, cercana a un 30%, entre 6 y 10 años de funcionamiento, habiendo empezado la mayoría de manera informal.



Cuadro 50: Proporción de empresas en base a sus años de funcionamiento. Fuente: Propia. Elaboración: Propia.

En referencia al rubro que las empresas entrevistadas, como se pudo apreciar en el acápite 6.2, la gran mayoría pertenece al sector textil, sobretodo en la fabricación de hilos y/o prendas de alpaca, y además existe otra pequeña porción perteneciente al rubro de la peletería y las pieles y cueros.



Cuadro 51: Proporción de empresas en base al sector industrial donde actúan. Fuente: Propia. Elaboración: Propia.

Es importante recalcar que todas las empresas entrevistadas se encuentran dentro del sector industrial de las manufacturas, sin embargo con valores agregados bastante bajos en la mayoría de ellos, pudiendo indicar una baja productividad de estas empresas, y por lo tanto de sus trabajadores. Pudiendo entenderse esto por poca experiencia previa o también por estudios profesionales en ramas distintas al modelo de negocios de las empresas.

Ahora que se tiene un conocimiento demográfico sobre las 13 empresas presentadas, se procederá a continuar con el análisis cualitativo. A continuación, se presenta una impresión de pantalla del *Administrador de Códigos* de Atlas.ti:

Nombre	Fu...	De...	Autor	Creado	Modifica...	Familias
Adicional~	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
Administrativo~	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
Apertura-Experiencia~	26	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
AperturaExperienciaLaboral	5	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	
AperturaFamilia	4	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	
AperturaNinguno	4	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	
Cargo	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
Estrategia~	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
ExportaciónAbandono~	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
ExportaciónProblema~	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
FinanciamientoDificultad~	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
FinanciamientoNo	4	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	
FinanciamientoSí	9	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	
FinanciamientoUso~	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
Formalización~	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
GobiernoCríticas~	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
GobiernoProgramas~	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
Informalidad.:¿ Considera que la informalidad y la corrup...	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
Mis ideas	5	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
Personal~	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
PersonalPropio	8	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	
PersonalTerceros	5	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	
Precios~	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
Solución~	9	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
TasaInterés~	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items
Tecnología~	13	0	Super	12/06/20...	12/06/20...	Survey Items

Imagen 7: Administrador de los códigos creados para esta investigación en Atlas.ti. Fuente: Propia. Elaboración: Propia.

6.3.4. Creación de Codificación Secundaria

Una vez originados los códigos básicos mencionados en el acápite anterior, se comenzó la lectura intensiva de cada una de las transcripciones a manera de empezar a encontrar relaciones existentes en las respuestas de cada uno de los emprendedores entrevistados.

6.3.4.1. *Apertura-Experiencia*

Al leer cada una de las respuestas de *¿Cómo fue que decidió empezar este negocio?* Se obtuvieron, básicamente, tres diferentes grupos conceptuales, los mismos son: Apertura o continuación del negocio por un legado familiar, apertura del negocio por aplicación de una experiencia laboral similar a la del giro del negocio y por último la apertura del negocio para generar ingresos directamente a manera de “subsistencia”. Siendo la red semántica de la siguiente manera:



Cuadro 52: Codificación secundaria para experiencia en la apertura del negocio. Fuente: Propia. Elaboración: Propia

Entiéndase que cada uno de esos subcódigos son códigos de segundo nivel, a través de los cuales se vio que 5 de los 13 entrevistados decidieron abrir el negocio por motivos de experiencia laboral, al haber trabajado en empresas de similar índice o al tener estudios relacionados al tipo de negocio que se quería abrir. Tal es el caso de una de las empresas textiles, cuyo dueño y diseñador comentó lo siguiente: *“Soy diseñador de profesión, he trabajado en diferentes empresas textiles en Francia, estude mi carrera allá, mi vida laboral comenzó allá. Al ver que los proveedores eran bien empíricos, decidí crear mi propia empresa, formar a la gente, capacitarla y ser proveedor de esas empresas en Francia.”* Como ese caso también se encuentra el de gente que tuvo experiencia al haber trabajado para las grandes empresas textiles de la ciudad de Arequipa, y que al haber adquirido el know-how decidieron, por ellos mismos, emprender en el negocio: *“Empezamos en 1995, empezamos haciendo servicios para Incalpaca y otras empresas exportadoras, pasados los años en el 2007 dijimos es hora de exportar. Vimos que era más rentable el sector textil, que poner una agencia para guía de turismo.”*

Por otro lado se encuentra el caso de las personas que decidieron continuar o crear una nueva empresa en base a un legado familiar, representando estas 4 de las 13 entrevistadas, se pudo analizar que el caso de estos negocios son los que representan haber tenido una mayor inversión en maquinaria y otra tecnología, debido a que ya existe un conocimiento de cómo funciona el mercado y el negocio. Comenta el dueño de una de las empresas de pieles y cueros: *“Al terminar mis estudios, pusimos la empresa con mucha experiencia, ya que el negocio viene desde mis abuelos, mi papá también tiene la suya. Ya había manejado la de mi papá anteriormente.”* Como puede notarse en la cita presentada, los dueños de

estas empresas ya contaban con vasta experiencia del negocio lo que ha permitido que las empresas que manejan ahora, sean las más grandes de las 13 empresas de la muestra.

Finalmente se encuentran las personas que decidieron abrir el negocio a manera de probar que es lo que pasaría, y sin ninguna experiencia previa tanto de familia como de conocimientos técnicos o profesionales formales. Las mismas representan a 4 de las 13 empresas entrevistadas; caso representativo es el siguiente: *“Se formó porque Mamá empezó a tejer, empezó a mano, no había máquinas. Pero hasta los años 90 ya se había comprado 15 máquinas, y se empezó a contratar gente. Tuvimos asociación con una empresa, ganamos experiencia y logramos hacer capital, y comprar remalladoras y una máquina industrial.”* Como puede apreciarse y como se vio en otras 2 empresas, se generó el negocio debido a la habilidad para hacer algo de uno de los dueños, sin embargo como se aprecia también en la cita textuada, a estas empresas les tomó tiempo conocer el mercado y el negocio en el que estaban, de por lo menos 5 años para empezar a crecer e invertir en maquinaria, como el siguiente caso: *“No había trabajado en una empresa así, en los primeros 5 años estábamos aprendiendo, saber entrar al mercado, no sabíamos, nos equivocábamos.”*

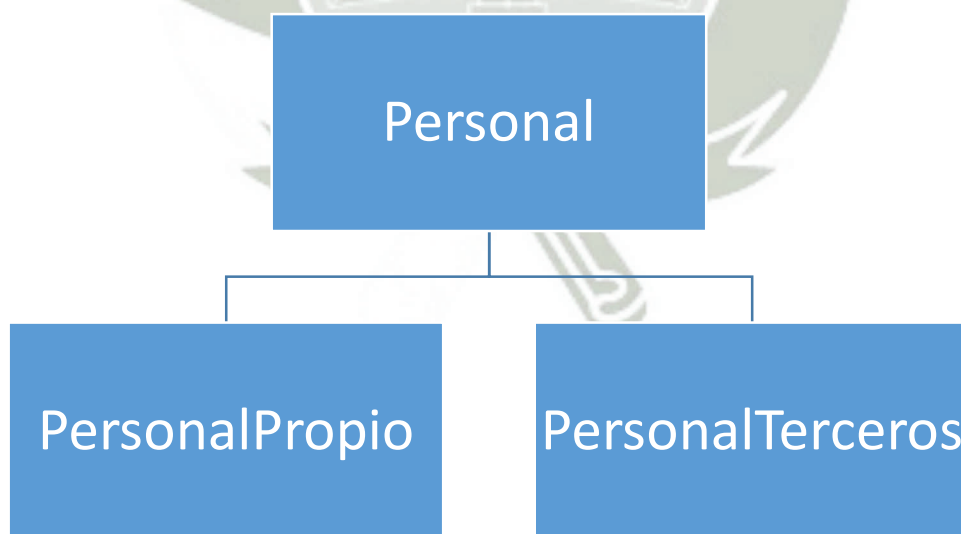
Cabe destacar que el código de Apertura fue fusionado con el de Experiencia al ver que ambos se encontraban muy relacionados con respecto a las respuestas que daban cada uno de los entrevistados y ver que su fusión no afectaría los resultados finales de este estudio.

6.3.4.2. Recursos Humanos (Personal)

El rubro de las preguntas relacionadas al personal o a los colaboradores de la empresa resultó ser muy importante para este estudio, al percibirse que gran parte de las empresas productoras se quejan de su personal y de cómo éste limitó o limita al desarrollo del negocio.

Para empezar es importante distinguir que de las 13 empresas entrevistadas, 5 tercerizan su producción con talleres u otras empresas, siendo todas en esta caso del rubro textil. De tal manera estas empresas no tienen quejas sobre el comportamiento y la productividad de sus trabajadores. Pero para el caso de las 8 empresas restantes, la mayoría menciona que son sus trabajadores uno de los principales factores que los limitan debido sobre todo a las pocas ganas de producir para el negocio y/o demostrar un mal comportamiento para con el trabajo.

Es así que se decidió crear dos nuevos códigos de segundo nivel para el código Personal, siendo estos PersonalPropio y PersonalTerceros:



Cuadro 53: Codificación secundaria para personal del negocio. Fuente: Propia. Elaboración: Propia

Se cita la siguiente parte de una entrevista, al parecer representativa de la mayoría de empresas productoras: *“Los trabajadores se sienten minimizados, no tienen buena actitud hacia el trabajo. Aquí nadie quiere mejorar, la gente no se esfuerza. Muy mala actitud de los trabajadores, sienten que los explotan... Se tuvo que cambiar al personal, por malas actitudes.”* Tal como describe este empresario, el personal mismo puede ser una restricción para el avance de la empresa, sin embargo lo mismo puede deberse a un mal manejo interno y falta de liderazgo. Aspecto similar señala el dueño de una empresa de pieles y cueros: *“El problema es la mentalidad de los trabajadores, no tienen mucha educación, pero son los únicos que hacen ese trabajo. La idiosincrasia de ellos, nacen con el talento, pero creen que los van a explotar, es un tema bastante social y de cultura.”* ¿Podríamos definir entonces que el propio recurso humano de la MIPYME peruana es el que está limitándolas? Como se señaló antes, lo mismo no sucede con las empresas que tercerizan su producción, las mismas proclaman saber a qué talleres les confían sus productos y evitan de tal manera el problema del personal.

Con respecto a las empresas textiles, la mayoría señala que utilizó en un inicio gente que había trabajado en las grandes empresas del sector en la ciudad, pero que esta gente no estaba acostumbrada al ritmo en el que se trabaja, además de la utilización de otra maquinaria, en las PYMEs y de tal manera las costumbres que traían afectaban a la producción. *“No sabían, los tuvimos que formar desde cero. Eso limitó la empresa, a un principio contratamos gente que sabía, pero ellos solo venían a matar la hora, no a producir, solo a malograr las máquinas, fueron 6 meses así.”* En el caso de las empresas que se abrieron por motivos de legado familiar o experiencia laboral, se realizaron en su

mayoría capacitaciones, no siendo el mismo caso para las empresas que decidieron abrir sin conocimientos previos, los mismos que esperaban que los trabajadores den ideas de mejora en el negocio, y encontraron que no es así realmente.

Se puede definir entonces que gran parte del problema de las empresas se encuentra en la actitud del trabajador, como también y mayor agravante el hecho de un mal manejo de estos recursos por falta de mando en la empresa.

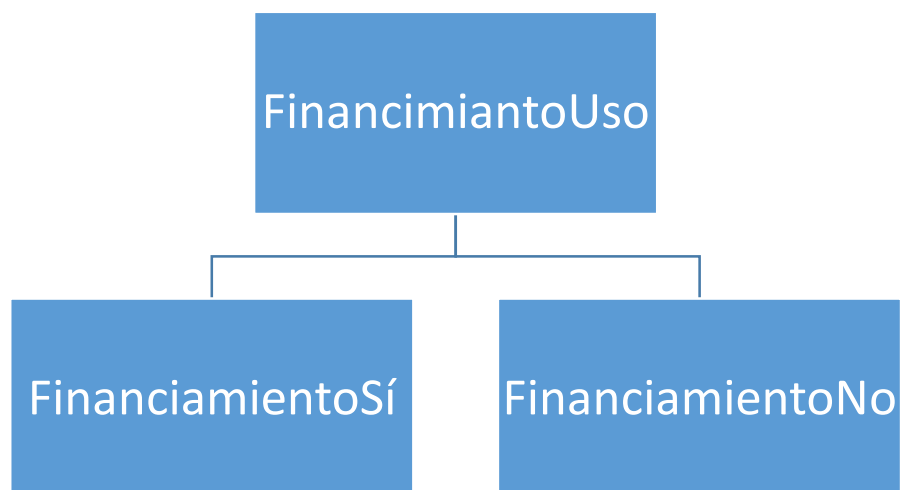
6.3.4.3. *Financiamiento*

El aspecto del financiamiento dentro de las empresas evaluadas resulta especialmente interesante: De las 13 entrevistas, fueron 9 los emprendedores que afirmaron utilizar financiamiento de la banca o de cajas, sin embargo no empezaron sus negocios utilizando préstamos sino sólo capital propio, y a medida que se necesitó de mayor inversión recurrieron a los préstamos. También es cierto que de estas 9 empresas, sólo 3 trabajan continuamente con capital ajeno, ya que tienen ciertas facilidades y conocimiento de los instrumentos financieros. Las otras 6 empresas obtuvieron préstamos puntuales para la compra de cierta maquinaria e inclusive reportaron abusos del sistema bancario que cobra tasas de interés anuales efectivas de hasta el 35%, sólo fueron dos los empresarios que dijeron que lograron obtener tasas menores debido a que conocen del funcionamiento de este mercado y de cuál debe ser la tasa justa: *“Cuando uno sabe manejar el tema de interés, no hay ningún problema, porque si tienes conocimiento previo no te pueden cobrar más de lo que es, en mi caso 10%, me ponía a pelear por que era conocedor.”*

Inclusive dentro de las personas que han acudido a la banca, la mayoría reconoce los abusos que estas empresas cometen sobre todo con las pequeñas empresas, sabiendo que cobran tasas de interés excesivas y que además piden demasiadas garantías en ciertos casos, aspectos que restringen a las empresas si es que están en busca de crecer. Mismo es el caso para las micro financieras, que si bien pueden acceder a dar el préstamo con menores garantías, lo hacen cobrando tasas de interés mayores a las de la banca.

Las otras 4 empresas restantes que no han acudido a la banca aún, señalan que utilizan el dinero de sus ventas para reinvertirlo en la empresa, o dado el caso han acudido a sus proveedores para que estos mismos les den el crédito o a sus clientes para obtener pagos por adelantado. Sin embargo señalan que muchas veces es difícil conseguir dichos tratos en una negociación. Además también se planteó que el sector financiero y microfinanciero no tienen interés en el apoyo a los rubros de textiles, a los que ven como altamente riesgosos y a los cuales ponen bastantes trabas para permitírseles un crédito, tal como señala el siguiente empresario: *“Ellos no miran a las PYMEs como posibles clientes, nos ponen muchas trabas, y peor si eres del sector textil, ahí si es malo, sólo comparable con el agrícola”*.

De tal manera se crearon dos nuevos códigos secundarios, para identificar a las empresas que han utilizado de alguna manera financiamiento externo, como a aquellas que no.



Cuadro 54: Codificación secundaria para financiamiento del negocio. Fuente: Propia. Elaboración: Propia

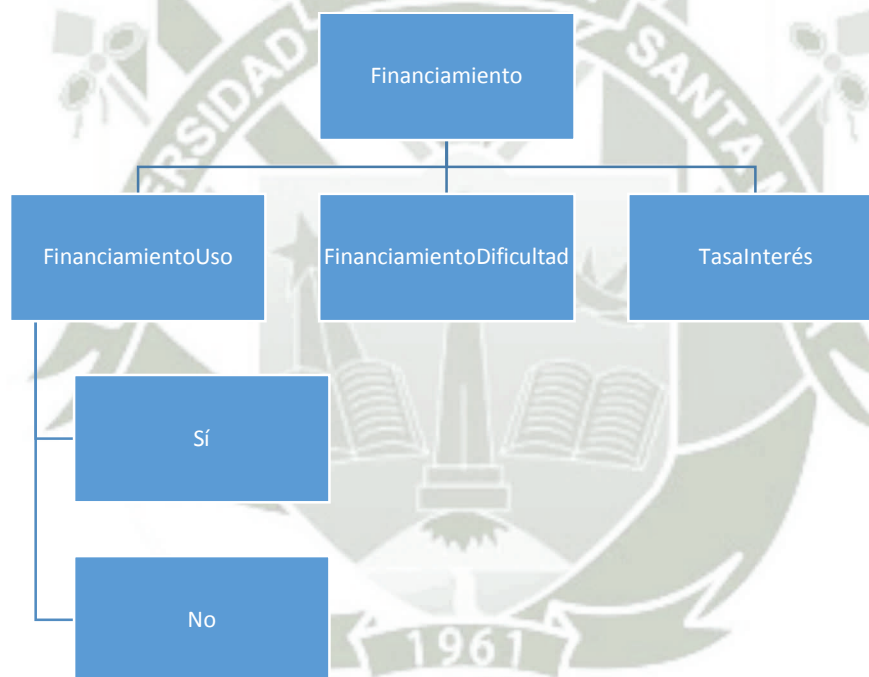
Dentro del código general de financiamiento, como se vio en el acápite anterior, se crearon además los códigos de *FinanciamientoDificultad* y *TasaInterés*, los mismos que buscan codificar la dificultad para acceder a créditos y el nivel del costo del crédito.

Dentro del código de *FinanciamientoDificultad*, se encontró que la mayoría de empresarios son sujetos a créditos para distintos niveles del costo del mismo, sin embargo demostraron sus quejas para con respecto a las altas garantías que se piden para las micro y pequeñas empresas sobre todo, y el poco apoyo que existe también.

En línea con el código mencionado, también se encuentra el hecho de las tasas de interés, los 13 empresarios entrevistados acordaron diciendo que las tasas de interés en la región son muy altas, y que ven como tal una limitante para el desarrollo de sus empresas, sólo 3 de ellos mencionaron que pudieron conseguir tasas de interés referenciales más bajas ya que conocían del negocio y como se mueve este mercado, no obstante señalaron además que estas tasas para las PYMEs son incluso más caras, como el caso presentado a continuación: *“Son muy altas, nos costó un alto interés para entrar al mercado, como un 35%, pero luego al tener un historial nos bajaron la tasa de interés hasta 22%.”* Tal como

puede verse son tasas que están restringiendo a las empresas que muchas veces por el mismo negocio de exportación, requieren no sólo de financiamiento para inversión sino también para manejar el capital de trabajo, al ser por el giro de venta al exterior una rotación lenta del dinero, en muchos casos llegando hasta los 4 meses, desde el inicio del pedido. *“Para mí el principal limitante es el costo del dinero, el interés es alto. Hablamos del 20% al año que es caro. Las pequeñas cajas son más caras.”*

De esta manera se decidió plantear la codificación de Financiamiento de la siguiente manera:



Cuadro 55: Codificación secundaria para financiamiento del negocio. Fuente: Propia. Elaboración: Propia

6.3.4.4. Estrategia y Planificación

El código de *Estrategia* respondía a averiguar si las empresas cuentan con un plan estratégico, o por lo menos de un lineamiento de lo que esperan de sus negocios para dentro de los siguientes 5 años, sin embargo fueron sólo 4 de las 13 empresas entrevistadas

las que dijeron contar con un plan estratégico documentado, uno en desarrollo o por lo menos con la visión de lo que esperan del negocio en el futuro. Las demás empresas no cuentan con un plan estratégico o confunden su uso con los instrumentos de las 5S o con el análisis FODA como tal. Es así que se decidió crear los códigos secundarios de *PlaneamientoSí* y *PlaneamientoNo* para distinguir a estas empresas.



Cuadro 56: Codificación secundaria para planeamiento estratégico del negocio. Fuente: Propia. Elaboración: Propia

La segunda parte del código primario *estrategia*, viene referido a que consideran las empresas como una carencia o limitante para su empresa, de las diversas respuestas que se obtuvieron se lograron crear 5 códigos secundarios que son los siguientes: *CarenciaApoyoEstado*, *CarenciaFinanciamiento*, *CarenciaPersonal*, *CarenciaMercado* y *CarenciaPlanificación*.

Dentro de *CarenciaApoyoEstado* las empresas se quejaron sobretodo sobre los manejos y la falta de compromiso de organismos como la SUNAT y diversos ministerios. La queja con respecto a la SUNAT se dirige, básicamente, a la no devolución del crédito fiscal al que las empresas tienen derecho por ser exportadoras, es decir a la devolución del IGV de todas sus compras para la producción de los bienes vendidos hacia el exterior. Fueron más de la

mitad de las empresas las que presentaron esta queja, diciendo que dicho organismo pone muchas trabas y se toma demasiado tiempo para evaluar estas devoluciones, y que en muchos casos ni siquiera lo hacen: *“La SUNAT, por que no cumple con sus obligaciones, en el sentido en que las exportadoras tenemos acceso a la devolución del crédito fiscal, la SUNAT te pone muchas trabas y eso es un derecho adquirido mediante una Ley vigente, y el Estado no ayuda a las empresas exportadoras por eso, eso fue un aspecto que decepcionó bastante a mi esposa.”* Tal como señaló este empresario, lo hicieron los demás; no sólo en el caso del crédito fiscal, sino en los derechos adquiridos por el drawback. Además de este planteamiento, se presentó el hecho que el Estado deja actuar a muchas grandes empresas a su libre albedrío, y que esto está perjudicando a las MIPYMES; este aspecto se analizará más adelante en los problemas a la exportación.

Otro de los códigos generados fue el de *CarenciaFinancimiento*, el cual fue mencionado por 7 de las 13 empresas entrevistadas, algunas lo mencionaron bajo el hecho de que lo necesitan para invertir y hacer crecer el negocio, mientras otras lo mencionaron como aspecto de liquidez y manejo de capital de trabajo que requieren sí o sí para poder continuar con la producción de los bienes que exportan, ya que la rotación efectiva del dinero toma bastante tiempo y es por ello que requieren capital de trabajo para poder sostener los costos de la empresa. Otras de las empresas mencionaron que requiere de capital para poder adquirir toda la materia prima necesaria para poder dar abasto a un pedido de exportación, ya que los mismos son de bastante volumen.

Otro de los códigos generados es el de *CarenciaPersonal*, a través del mismo y como fue señalado en el código *Personal*, los empresarios tienden a quejarse de sus colaboradores ya

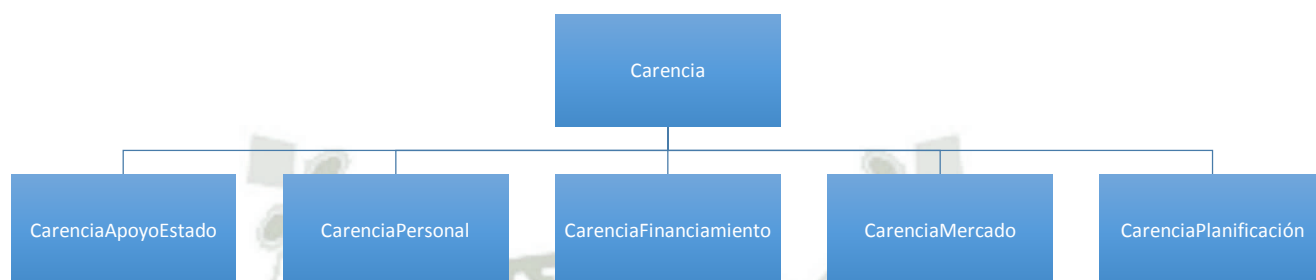
que estos no presentan la eficiencia necesaria para poder producir como es debido muchas veces por un mal comportamiento, pero también por un mal manejo gerencial y falta de control de los mismos empresarios.

El siguiente código creado para referirse a las carencias de las empresas es el de *CarenciaMercado*, el mismo resulta ser bastante importante al ser 4 las empresas que han mencionado requieren de ampliar o conseguir un mejor mercado, como la siguiente cita:

“Nos hace falta mercado, si jalamos mercado, se empieza a producir. Ahora que lleguemos a fin de año, queremos evaluar si cambiamos o no de giro, dejar las exportaciones, estamos pensando en una salida.” Otra de las empresas mencionó lo siguiente con respecto a cuál es la carencia que siente: *“Sí se está realizando actualmente un plan estratégico de la empresa, lo que queremos es ampliar mercado, por eso estamos metiéndonos más con PromPerú, participando en ferias. Me veo limitada a Suiza por mi hermana, Europa ha caído por la crisis, así que estoy apuntando a EEUU.”* Como puede analizarse respecto a la cita anterior, muchas empresas están buscando cambiar de mercado, en varios casos porque los suyos han sido afectados por la crisis financiera que empezó en los Estados Unidos y que posteriormente tuvo alcance en varias zonas de Europa. Tal como visto en los acápites anteriores, varias de estas empresas pertenecen al rubro de la textilería y por el mismo giro del negocio, venden bienes suntuarios que ante un cambio en el consumo de los países importadores, han visto disminuida su demanda.

El último código creado fue el de *CarenciaPlanificación*, el mismo que responde a las inquietudes de ciertas empresas sobre la dirección a la que están llevando a sus

emprendimientos, bajo dicho código fueron 6 de los 13 empresarios entrevistados que dijeron falta planificación dentro de la empresa ya que las cosas deberían salir más rápido.



Cuadro 57: Codificación secundaria para carencias que muestra el negocio. Fuente: Propia. Elaboración: Propia

6.3.4.5. *Abandono y/o Problemas en Exportación*

Los dos códigos que obtuvieron bastante importancia y una gran generación de códigos secundarios fueron *ExportaciónAbandono* y *ExportaciónProblema*, al analizarse las respuestas de los empresarios entrevistados, se encontró bastante información que ameritaba ser clasificada de diversas maneras.

Es en tal sentido que se decidió primero dividir las respuestas entre factores internos y externos, dándose así una primera apertura al tema. De la información obtenida, la gran mayoría de empresarios analizaba o pretendía dar mayor importancia a los factores exógenos o externos; es por ello que a partir de este subcódigo se han generado diversos subcódigos más, que se verán más adelante.

Dentro de los factores Internos se crearon 5 subcódigos que pueden agrupar las cuestiones de los empresarios, los mismos son: *Mal Manejo Interno, Mala Eficiencia Trabajadores, Falta Liquidez y Capital, Captar clientes específicos y Desmotivación generada por G.*

El código de *Mal Manejo Interno* se refiere a la falta de gestión y capacidad de liderazgo de los empresarios para con sus negocios, y que además no se supieron surtir de manera correcta los pedidos de exportación que tuvieron, cometiéndose errores con respecto a la calidad e inclusive mal manejo del cliente, como se señala a continuación: *“Nosotros con materiales nuevos, alpaca bambú, no teníamos experiencia y salió medio quebradizo, lo compraron pero no volvieron a pedir. No hemos sabido manejar a nuestros clientes, por malas decisiones.”* Dicho problema puede deberse sobre todo a la falta de experiencia de los empresarios que no tiene un buen manejo o tuvieron un inicio empírico en el negocio. El siguiente código creado fue el de *Mala Eficiencia Trabajadores*, tal como se vio, también, en acápites anteriores, el mismo refiere a la baja productividad de la mano de obra, sumado a una mala actitud del trabajador. Fueron 5 de las 13 empresas intervenidas, las que señalaron que uno de los principales problemas para la exportación lo representan sus trabajadores, ya que es muy difícil llegar a los requerimientos de calidad, además de la actitud que presentan estos para el trabajo.

Luego, se generó el siguiente código de *Falta Liquidez y Capital*, a través de éste se intentó concentrar a todos aquellos empresarios que mencionaron que necesitan de mayor financiamiento para poder continuar con el proceso de exportación o por lo menos reiniciarlo. *“No estamos exportando hace 2 años, ya que como se invirtió en comprar la maquinaria, no nos queda liquidez para comprar suficiente materia prima, nuestro*

problema es la liquidez.” Como ha sido señalado en la cita anterior, las empresas requieren de mayores inversiones para lograr suplir los pedidos que se realizan desde los mercados externos, sin embargo no han podido acceder a los mismos por diferentes motivos, que los conllevarían a pedir préstamos a la banca o al sector de las microfinanzas, empero como se vio en el código Financiamiento, les resulta muy caro y poco atractivo solicitar estos préstamos, lo que reduce sus posibilidades de exportación: “Que las mismas exportaciones son lentas, desde que tomas la orden hasta que recibes el dinero en tu mano, son como 4 meses, hay que tener mucho capital de trabajo ya que los pagos son mensuales. Y una vez que llega el envío, le hacen control de calidad y eso demora.” Como se ve en la cita presentada, para esta empresa es necesario obtener financiamiento para poder trabajar los meses en los que la empresa no obtiene ningún ingreso y requiere de capital de trabajo para asumir los costos durante ese tiempo.

El cuarto código perteneciente al código secundario *Internos* es el de *Desmotivación Generada por el G*, G se refiere al Gobierno, este código resultó ser bastante interesante, al encontrarse en referencia al factor exógeno de *Ineficiencias del Gobierno y Desventajas Competitivas*, que será presentado más adelante. Esta desmotivación es generada por la falta de seriedad de instituciones como la SUNAT, el MEF y otros para con respecto a ciertos beneficios que son derecho de las empresas exportadoras como la devolución del crédito fiscal, o los beneficios del drawback: “La SUNAT, por que no cumple con sus obligaciones, en el sentido en que las exportadoras tenemos acceso a la devolución del crédito fiscal, la SUNAT te pone muchas trabas y eso es un derecho adquirido mediante una Ley vigente, y el Estado no ayuda a las empresas exportadoras por eso, eso fue un aspecto que decepcionó

bastante a mi esposa". Además de ello, se encuentra la desventaja competitiva que muchos organismos y empresas del Estado, así como concesiones generan para las empresas peruanas en temas principalmente de la alta burocracia y las trabas que se generan en los papeleos así como las desventajas en infraestructura que incrementan los costos considerablemente. "Otro caso fue un envío de correcciones, que no pasaban fuego rojo, tuve que ir a Lima a recogerlos, decían que teníamos que pagar diciendo que era un producto ingresando al mercado, y no lo veían como una muestra. Me topé con un mal funcionario, al final tuve que pagarlo para que ingresará. Al final todo eso hace que uno no tenga ganas, te desanima. Yo ya me conformé, como muchos, pero a los que recién inician no les es fácil, y terminan desmoralizando, al encontrar todas esas barreras, tenemos una exportación muy cara que no nos ayuda. "Como se puede apreciar, estos problemas generan desventajas competitivas para las empresas que finalmente logran encarecer sus productos o que también terminan por desincentivar a las empresas a dedicarse a vender al exterior por el gran número de trabas que pueden surgir.

El quinto y último código creado es el de *Captar Clientes Específicos*, el mismo que va bastante relacionado con código secundario *CarenciaMercado*, bajo dicho código se agrupó a todos aquellos empresarios que señalaron que necesitan encontrar nuevos clientes o cambiar de mercado, bajo tal estos emprendedores reconocen que es su tarea dar con estos clientes pero que también es parte de la tarea del Estado para con las personas que capta para las ferias y showrooms que organiza en la ciudad y país. *"PromPerú, aunque hagan sus ferias y capacitaciones, no llegan siempre al fondo de nuestras necesidades, nos capacitan pero no satisface la necesidad para exportar."* Tal como es señalado en la cita, han sido 5

de las 13 empresas entrevistadas las que dicen que PromPerú y el Gobierno no logran desempeñarse totalmente en lo que es promoción, publicidad y la captación de clientes que verdaderamente estén interesados en lo que se produce acá.



Cuadro 58: Codificación secundaria para abandono de exportación en problemas internos. Fuente: Propia.

Elaboración: Propia

Los códigos externos forman por sí solos una gran base de códigos secundarios entrelazados, a través de los cuales pudo percatarse que engloban muchos de los problemas de las MIPYMES exportadoras, ya que los mismos son muchas veces las consecuencias de factores que se encontraron en los anteriores acápite. A través de estos factores externos se generaron 3 subcódigos secundarios denominados: *Oligopolio de MP (Materia Prima)*, *Ineficiencias del Gobierno y Desventajas Competitivas* y por último, *Internacionales*. A continuación se procederá a descomponer cada uno de estos códigos secundarios.

Oligopolio de MP, es el código secundario, relacionado a las grandes empresas textiles de la ciudad de Arequipa que claramente presentan beneficios extraordinarios al operar en un mercado duopolista y que por lo tanto están afectando a las MIPYMES del sector textil que

compran sus productos. Como visto en el análisis estadístico del capítulo anterior, gran parte de las MIPYMES de la región de Arequipa pertenecen al sector textil y por lo mismo están a disposición de las grandes textiles de la región que controlan la materia prima. Como primer código secundario de *Oligopolio de MP* se tiene *Venta de Insumos Caros*, fueron 5 las empresas que señalaron que uno de los factores que las están limitando es el incremento del precio de la materia prima y de sus insumos, que a lo largo de estos últimos años ha subido cerca de un 50%-60%, y que este incremento no lo pueden llevar al precio final de sus productos al no existir una diferencia en la calidad que permita hacerlo sin perder clientes. *“La situación ahora es muy difícil, en Europa ha caído bastante. Y aquí para empeorar, ha habido una suma de insumo, y hace que nuestros productos sean muy caros. Se ha visto esta disminución, por la recesión en Europa y por la subida de insumos (la alpaca está muy cara), ellos han subido al precio. Ellos juegan del lado de la oferta y demanda, y siguen ganando. Estas declaraciones fueron dadas por un empresario diseñador y propietario de una pequeña empresa que ha exportado a Francia, otros países europeos y China. Así como él, 8 de las 13 empresas entrevistadas señalaron este problema, como un agravante para sus exportaciones y también para la propia estabilidad del negocio.*

El siguiente subcódigo creado para *Oligopolio de MP* es *Venta de MP a China e India*, se vio que el mismo resulta bastante importante ya que son muchas las empresas que presentaron a tal factor como un limitante ¿Pero en qué sentido? Pues, se refiere básicamente al ingreso de prendas de alpaca y un tanto de algodón que son importadas desde la China y la India con precios muy inferiores a los que se podría vender aquí, empero estas prendas son muchas veces una mezcla de la fibra de alpaca con acrílicos u otros que

finalmente forman una composición de 10% de alpaca y hasta menos. De esta manera estas prendas ingresan al mercado peruano y afectan en su mayoría a las pequeñas empresas que se dedican a vender además al mercado interno. Sin embargo el problema no queda ahí, estas prendas de alpaca chinas e indias han ingresado al mercado mundial también, y claramente a precios mucho más competitivos, lo mismo que está generado muchos problemas para las exportaciones de las empresas menores, que ante una disminución del consumo y de los ingresos disponibles del resto del mundo ha tenido que cambiar a estos bienes sustitutos que pueden llegar a costar hasta 20 USD\$. *“Pensamos que los IncaTops y ellos se están poniendo la soga al cuello, no deberían venderle el producto a China, se lo venden sin IGV, entonces a nosotros nos lo venden más caro además.”* Así como la cita presentada, son muchos los empresarios que dijeron lo mismo: *“Hacer empresa en el Perú es muy bravo, Michell y ellos son muy bravos... Es una locura que el Gobierno, les permita mandar los tops a China e India. Están dejando que se curta la piel de alpaca en estos países donde tiene la Mano de Obra es baratísima, y hace que este mercado de las alfombras de piel de alpaca esté cayendo, inclusive lo que venden no es piel de alpaca pura, sabe Dios que será.”* Entonces, como puede apreciarse, el hecho de que las grandes empresas textiles estén enviando materia prima neta a países que tienen ventajas comparativas para manufacturarla afecta a las MYPES peruanas y demuestra ser uno de los factores limitantes para su desarrollo como también para la exportación. Cito la siguiente parte de la entrevista con un empresario que puede resumir no sólo los problemas que ellos están afrontando sino otros que pueden avecinarse pronto: *“Existen empresas que compran toda una producción, paso antes con el cashmere de Angola, y luego encontrábamos el cashmere muy*

barato en los mercados, pero era una mezcla con sólo 10%. Lo mismo está haciendo Michell ahora, que vende toda su producción en tops. Esto es como "el perro que se muerde el rabo", luego nadie irá a sus remates, por que encontraran alpaca a 10 US\$."

El último código secundario creado para *Oligopolio de MP* es *Mal Abastecimiento de MP*, el mismo se refiere a las empresas que señalaron que obtener materia prima para su producción resulta dificultoso por parte de los proveedores. En su mayoría fueron los casos de las empresas que se encuentran en el rubro de Pielés y Cueros, y que tienen que acceder a pequeños poblados para conseguir la materia prima, estos poblados se encuentran en las zonas de Puno, por el Lago Titicaca y también en las regiones de Ayacucho y Apurímac.

"El problema no fue la exportación, sino en la producción, en la compra de MP no me querían venderla, la producción no se hacía como debía ser.", otro empresario comentó algo similar: *"La dificultad ahora es el acopio de las pieles, hay muchas que no son de buena calidad, hay pocos sectores en Ayacucho o Puno donde son buenas, pero luego son muy malas. Los que abastecen no creen en nadie, siempre buscan como estafar, hay que estar atentos, tener unos proveedores seguros."*, sin embargo estos pueden entenderse como problemas más arraigados al sector ya mencionado, y no a los de textil, metal mecánica o agro.



Cuadro 59: Codificación secundaria para el problema externo de oligopolio en empresas textiles y de pieles-cueros.

Fuente: Propia. Elaboración: Propia

El siguiente código creado para factores externos es el de *Ineficiencias del Gobierno y Desventajas Competitivas*, el mismo que se vio necesario ya que fueron casi todos los empresarios entrevistados los que presentaron quejas al Gobierno y sus entidades como parte de los problemas que los afectan a la exportación.

De tal manera se crearon 4 subcódigos los cuales son *SUNAT, Burocracia y Trabas, Promoción más Efectiva y Exportación Cara*.

El primer código, *SUNAT*, resultó ser uno de los más importantes y un factor limitante a las empresas por el incumplimiento de esta entidad del estado frente a sus deberes para con las empresas exportadoras. Como se mencionó en acápites anteriores, las empresas que venden al mercado externo con producción realizada dentro del país (que es verificada a través del certificado de origen) tienen derecho a beneficios como la devolución del crédito fiscal, es decir a la devolución del impuesto general a las ventas de todas aquellos insumos que ellos hayan utilizado para la elaboración de su producto; además de dicho beneficio se encuentra el del drawback, derecho al que tienen acceso las empresas que han importado algún insumo con el cual elaboraron su producto, sin embargo la mayoría de empresas ha

mencionado que la SUNAT, específicamente, aquella de la ciudad de Arequipa, no cumple con tales deberes y por lo tanto el Estado debe dinero a estas empresas. *“La SUNAT, por que no cumple con sus obligaciones, en el sentido en que las exportadoras tenemos acceso a la devolución del crédito fiscal, la SUNAT te pone muchas trabas y eso es un derecho adquirido mediante una Ley vigente, y el Estado no ayuda a las empresas exportadoras por eso...”* Además de lo mencionado, se encuentra el hecho de que algunas de las empresas mencionaron que muchas veces los trámites y seguimiento que la SUNAT les realiza una vez que se formalizaron, no los deja avanzar, y que lo hacen sin el pleno derecho ya que son ellos mismos los que no cumplen con sus deberes. *“Es un poco difícil, entender las páginas. Los de la SUNAT te ponen trampas.”*, es importante notar que se han unido los códigos de *Ineficiencias del Gobierno y Desventajas Competitivas* con *GobiernoCríticas*, ya que el primero es el causante del segundo, por lo mismo parte de las citas que se mencionan pertenecen a los códigos de *GobiernoCríticas* y *GobiernoProgramas*. La siguiente cita fue mencionada por un empresario del rubro de pieles y cueros que tiene una empresa de tamaño medio: *“No hay ayuda, la SUNAT no ayuda, no te devuelve el IGV, ni el impuesto a la renta no te lo devuelven, aunque ellos promocionen que sí”*. Este aspecto resulta interesante ya que algunas empresas mencionaron que algunos clientes les piden que no se les otorgue factura por las imposiciones que luego la SUNAT tiene y para ellos resulta una tentación, pero que sin embargo significaría volver a la informalidad de hace 20 años.

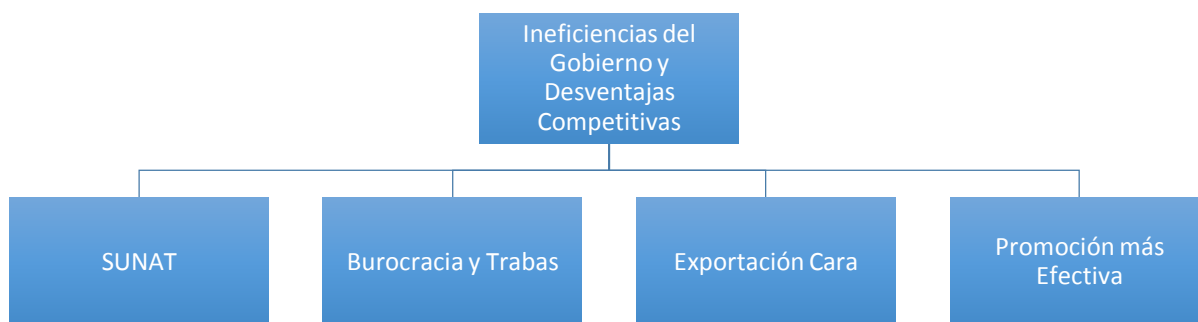
El siguiente código creado fue el de *Burocracia y Trabas* que va muy ligado al caso de *SUNAT*, pero que sin embargo involucra distintas entidades como ministerios o concesionarios del

gobierno como el del puerto del Callao: *“No estamos ayudados, el envío era un problema. El caso de mis socios chinos lograron hacer el envío a Francia en 2 días, en mi caso se demoró demasiado en el Callao, con objeciones, llegó en 10 días. Los controles de gestión en el puerto demoran. Otro caso fue un envío de correcciones, que no pasaban fuego rojo, tuve que ir a Lima a recogerlos, decían que teníamos que pagar diciendo que era un producto ingresando al mercado, y no lo veían como una muestra. Me topé con un mal funcionario”*

Como puede apreciarse en la cita presentada, se señala un problema que afecta en la mayoría de instituciones, entidades, y concesionarios del Estado que no cumplen eficazmente con sus labores o que debido a altas burocracias entorpecen labores que deberían ser más rápidas y que terminan generando claras desventajas competitivas con respecto a otros países, como el caso mencionado de la China y de empresarios de ese país que no entienden porque es tan difícil terminar de hacer negocios aquí en el Perú. Entonces se concluye que esta forma parte importante de aquellos factores que estén limitando a las empresas. De la misma manera el código de *Burocracia y Trabas* va muy ligado al siguiente que es *Exportación Cara* y que claramente es una consecuencia del mismo: *“En China se sorprenden, nos dicen que a ellos no les cuesta nada mandar al último rincón del mundo, nosotros sacamos en FOB el transporte entre 3-5\$ por prenda que es demasiado.”* dijo un empresario del rubro textil que se dedica al diseño y producción de prendas de alpaca y algodón. Las exportaciones no sólo resultan caras por las ineficiencias del Gobierno sino además por una gran brecha de infraestructura que tiene el país y que se agudiza aún más con el centralismo. Una posible solución fue mencionada por el mismo empresario, la misma que se podrá abordar en el siguiente capítulo, pero la cita es la siguiente: *“Poner*

diferentes marcas en un mismo container para bajar costos, en China lo hacen, acá es imposible. Eso se llama consolidación, acá en Perú es muy engorroso y eso desanima.” La idea de incluir diferentes marcas dentro de un mismo container para su transporte, ya sea por vía marítima o por aire podría ayudar a las empresas a abaratar estos costos y poder hacer la exportación del país más competitiva, sin embargo el Estado forma parte clave en la elaboración de tramitología más simple y entendible por varios empresarios que no conocen del tema y no tienen estudios superiores relacionados para usarlos de ayuda.

El cuarto código es el de *Promoción más Efectiva*, el mismo se refiere a la buena labor del Gobierno, especialmente de entidades como PromPerú al momento de publicitar y promocionar los productos peruanos en el extranjero, si bien ha existido algún grado de promoción, la gran mayoría de empresarios han señalado que estos niveles no alcanzan la efectividad que deberían y que por lo mismo debería ser mayor, *“Falta publicidad... He viajado a ferias internacionales y no todos la conocen realmente, no ha habido un impacto.”* Tal como señala esta empresaria que terceriza su producción, no son muchas las personas que conocen a la alpaca realmente, conocen su nombre y quizás algunas de sus propiedades, pero falta una mayor inmersión en el tema de las más importantes características y beneficios que puede traer dicha fibra, así como también del algodón PIMA, esto para las empresas del rubro textil. Dentro de las demás entrevistadas, pieles y cueros, metal mecánica y cerámicos, no señalaron encontrar este problema de falta de publicidad.

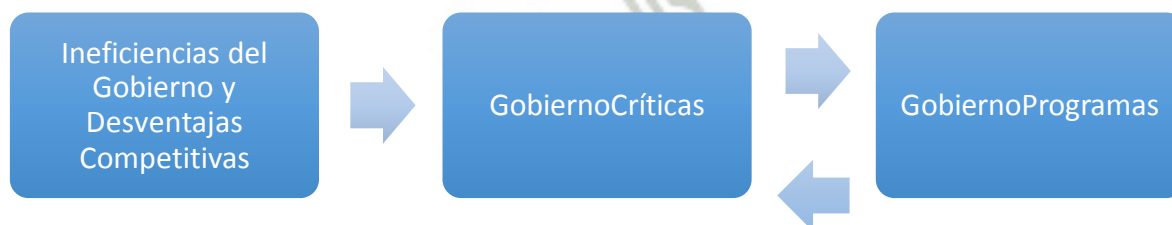


Cuadro 60: Codificación secundaria para el problema externo de ineficiencia del gobierno. Fuente: Propia.

Elaboración: Propia

El código subsecundario de *Ineficiencias del Gobierno y Desventajas Competitivas* se encuentra enlazado a *GobiernoCríticas* al ser una causa del segundo mencionado, y a la vez *GobiernoCríticas* se encuentra asociado a *GobiernoProgramas*.

Dentro de *GobiernosProgramas*, todas las empresas mencionaron conocer de los beneficios del Gobierno para las empresas exportadoras, hubo algunas que mencionaron al programa FONCODES MI PERÚ como algunos otros que apoyaban a las empresas en épocas de baja temporada (normalmente de enero a marzo), sin embargo mencionaron que a partir del 2013 ya no existen los mismos, y que eran realmente de apoyo a las micro y pequeñas empresas.



Cuadro 61: Relación de críticas al gobierno con ineficiencias. Fuente: Propia. Elaboración: Propia

El siguiente subcódigo creado para *Externos* es el de *Internacionales*, el mismo se refiere a situaciones, eventos o condiciones que se generen en el exterior y/o que tengan relación con él y por lo mismo afectan a las exportaciones de la región. Para el mismo se identificaron cuatro subcódigos que son: *Menor Rentabilidad*, *Menor Demanda Externa*, *Tipo de Cambio* y *Productos Chino e Hindúes*.

El primer y segundo código van de la mano, fueron muchos los empresarios que se refirieron a los mismos, en el sentido que el consumo externo ha venido disminuyendo, esto aplica más para los rubros de textiles y pieles y cueros, y como tal la demanda de sus productos ha venido reduciéndose implicando una disminución de los precios que acabaría en una menor rentabilidad para estas empresas. ¿A qué se debe esta disminución del consumo en los países importadores? Es, básicamente, por una disminución del ingreso disponible de estos consumidores y/o expectativas de recesión que efectivamente se dio en la mayoría de estas regiones como Estados Unidos o Europa del oeste, y que trae consigo un cambio en los hábitos de consumo de su gente, tal como se explica en la siguiente cita de uno de los empresarios del rubro de pieles y cueros: *“Un factor exógeno a nosotros: La crisis internacional, desde el 2007 fue terrible. Exportábamos a USA, mis mejores pedidos eran pre-navidad, y se notó abismalmente la caída. Ahora se ha reactivado pero ya no como antes, porque nuestro producto es un bien suntuario, y como es caro, la gente tiene sustitutos y prefiere consumir algo más barato. El mundo ha cambiado ya no consume como antes. Si bien voy a ferias, no reacciona el mercado. Ellos se han sofisticado, y además se les ha bajado el consumo, el consumidor final ha cambiado debido a la crisis.”* Como bien

explica este emprendedor, los bienes sobre todo fabricados de alpaca, ya sea prendas, alfombras u otros así como de otros animales son bienes terciarios y por lo mismo mucho más dependiente de la situación económica de los países que aquellos bienes primarios y/o hasta secundarios. *“Para todos ha bajado un montón, la MO con la India y nosotros hace mucha diferencia. Los clientes nos dejaron de comprar. Nosotros empezamos con inversionistas que venían y se loquearon con la alpaca, estuvieron 1 año o un poco más, y después no les funcionó, y dejaron de pedir. Fue un cambio tremendo, ya no venden prendas de alpaca, sino medias.”* Como se puede analizar, parte de las ventas que se hacían al exterior era por parte de intermediarios que sintieron el boom de la alpaca de la década pasada, y que ante el remesón de la crisis financiera ahuyentaron sus pedidos e inversiones hacia otros sectores más seguros.

El tercer código creado fue el de *Productos Chinos e Hindúes*, como puede entenderse y como se vio páginas arriba en el código de *Oligopolio de MP*, la venta directa de materia prima tipo tops o pieles de alpaca y otros animales a países como la China y la India ha tenido graves consecuencias para los empresarios de la Región de Arequipa, ya que estos países pueden producir a precios más competitivos en el mercado mundial, además que como visto en *Exportación Cara* gozan de beneficios propios o ventajas competitivas que abaratan su exportación.

Hay que señalar también que estos mismos productos han hecho su ingreso dentro del país, y se venden en su mayoría para turistas, desplazando entonces a algunos empresarios

entrevistados que venden para el mercado interno, especialmente para regiones como Arequipa y Cusco, aunque la mayoría no vende para el mercado interno.

También es necesario mencionar que existe un gran atractivo por los productos de estos países de Asia, uno de los empresarios mencionó que ante la disminución de la demanda de los productos de alpaca, prefirieron cambiar por los de seda de la China, los mismos que les resultan, ahora, más rentables. *“Al principio trabajábamos con Europa, con Suecia y Noruega, tuvimos que cambiar ya que no les gustaban los diseños, y entonces no hubieron más pedidos, y nos fuimos entonces a USA, y como allá hay ferias-showrooms, fue más fácil. Justo nos empezamos a dedicar a otro rubro, dejamos la alpaca y pasamos a usar sedas, se cambió ya que la fibra de alpaca había bajado allá, ya no era rentable usarla (en USA), y por lo mismo empezamos con sedas de India y China.”*

El último código creado para Internacionales es el de *Tipo de Cambio*, este código encuentra variaciones y dependencias con respecto a la moneda con que se analice. Empezando por el dólar americano, el mismo que en llegó a fines del 2012 a un valor casi de S/. 2.50 por dólar americano, la apreciación del tipo de cambio de tal magnitud afectó considerablemente a las exportaciones, ya que los pagos por las mismas se realizaban en tal moneda y por lo mismo una apreciación del nuevo sol conllevaría a menores ingresos para las empresas exportadoras en moneda nacional. Es cierto que en el último año se ha vivido una depreciación de la moneda, que al momento actual, Junio del 2015, ha llegado a

S/. 3.16 por dólar americano, sin embargo los efectos de esta depreciación de la moneda nacional no se sentirán hasta dentro de un tiempo prudente.

Con respecto a la moneda europea, perteneciente a uno de los continentes que más se exporta, sí se ha visto una apreciación considerable en los últimos años que también ha afectado a las empresas exportadoras a estas regiones: *“Otro limitantes es el tipo de cambio en Europa, el euro está débil contra el dólar, y nuestro producto, entonces, no es competitivo entonces. Pero ahora que el dólar está aumentando en el Perú, eso sí nos está beneficiando, pero nos quita competitividad en Europa, habrá que regresar a USA.”*

6.3.5. Comprobación-Creación de Hipótesis

Una vez generados los códigos secundarios y creadas las primeras relaciones, se puede empezar a generar la hipótesis general para esta investigación, para la misma presentamos el cuadro de red semántica que se ha obtenido hasta el momento a través de las relaciones entre códigos primarios y secundarios.

Como puede apreciarse, la red semántica también se encuentra distinguida por niveles que son identificados por colores, siendo los códigos de color verde los más básicos y que componen a otros códigos secundarios.

Empezando a través del código *Estrategia*, se vio por conveniente llevar el código *Carencia* a otro nivel ya que el mismo represente consecuencias de los factores limitantes que se están buscando. Dentro del código restante de *Planificación*, se vio que existe una alta relación entre aquellos empresarios que no tienen planes estratégicos ni visiones a futuro de la empresa con los que señalaron que tienen una *CarenciaPlanificación*, siendo el 83% de estos. Es así que se asigna una primera relación causa-efecto.

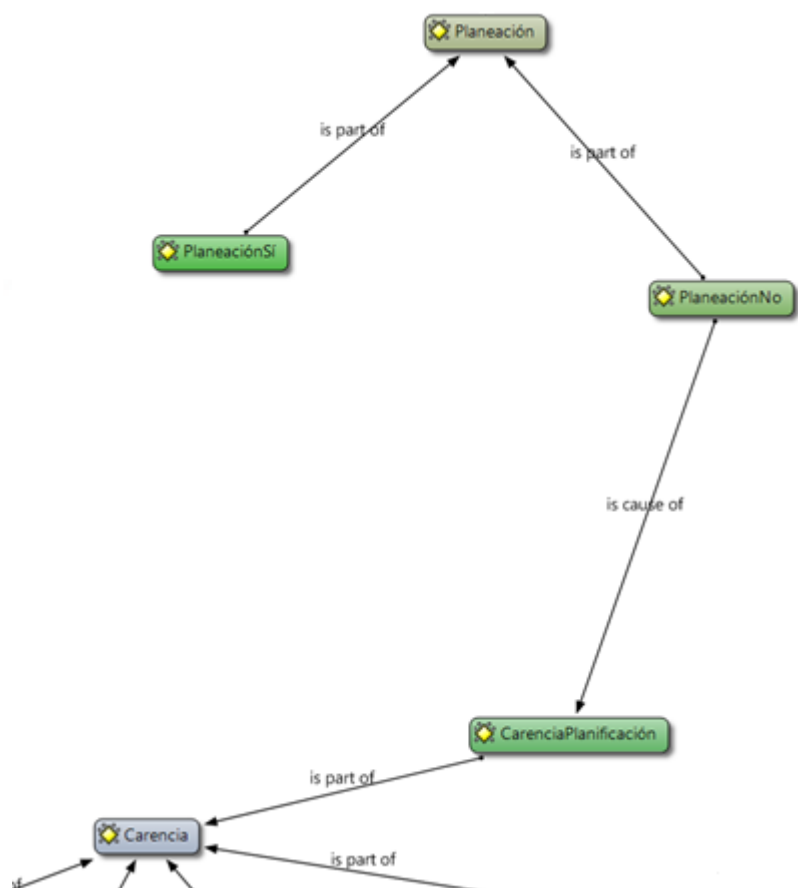


Imagen 8: Relación falta de planificación estratégica con carencia de ésta. Fuente: Propia. Elaboración: Propia

La siguiente parte analizada fue la de *Financiamiento*, si bien son 9 de los 13 empresarios entrevistados los que se señalaron que utilizan financiamiento, se sabe cómo se expuso anteriormente, que todos ellos consideran que los costos del crédito son muy altos y que lo mismo no los incentiva a trabajar con la banca o entidades financieras de otro tipo. Con respecto a los emprendedores que mencionaron que tiene una *CarenciaFinancimientto*, no se vio ninguna relación más cercana hacia aquellos que tienen financiamiento (9 empresas) frente a aquellas que no (4 empresas). Por lo tanto se puede concluir que el costo del crédito y el sistema financiero para las MIPYMES está afectando a las empresas, ya que ante elevadas tasas de interés o elevadas garantías exigentes para ser sujetos de crédito no se permite que estas empresas continúen con su desarrollo ya sea para invertir o para obtener capital de trabajo necesario para la rotación del negocio.

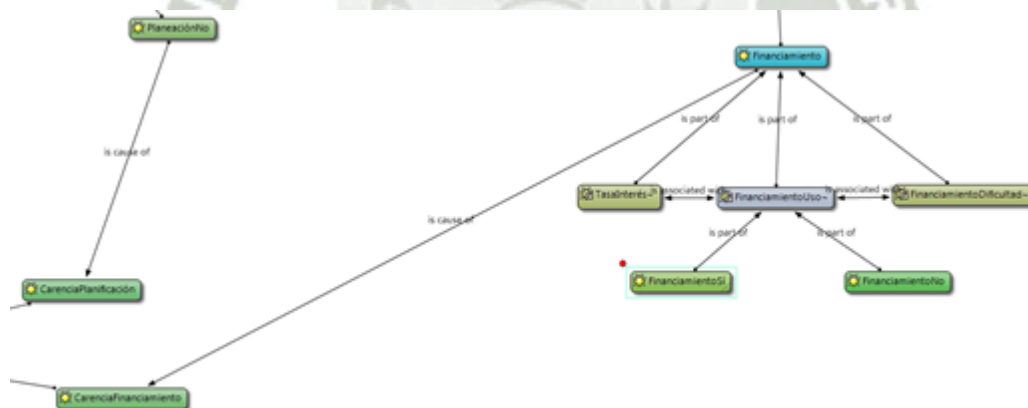


Imagen 9: Relación financiamiento con carencia de ésta. Fuente: Propia. Elaboración: Propia

Otras de las carencias mencionadas, y que ha resultado ser importante para este análisis ha sido el de las empresas productoras directas y el de aquellas que tercerizan la producción, ya que en el caso de las primeras que son 8 empresas, fueron más de la mitad los empresarios que se quejaron sobre los empleados que tienen o han tenido y atribuyen

como factor limitante a los mismos, ya sea por su baja capacidad productiva o por la actitud frente al trabajo que tienen. Demostrándose así, que de cualquier manera uno de los factores que restringen a las MIPYMES son el propio personal con el que cuentan para aquellas empresas que producen ellas mismas, no viéndose este problema para las que tercerizan.

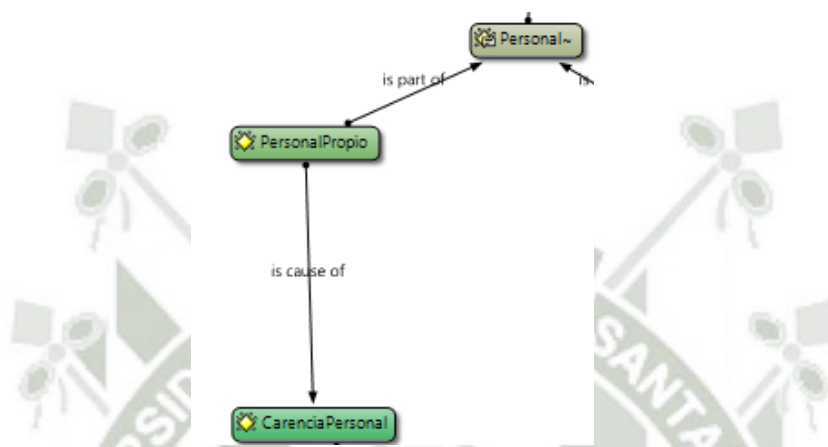


Imagen 10: Relación personal propio con carencia del mismo. Fuente: Propia. Elaboración: Propia

Es de tal manera que se empieza a armar una red semántica mucho más compleja, en donde se puede generar ya una teoría, la misma que busca encontrar factores comunes que sean el origen de los demás.

Como se podrá ver en la red semántica adjunta, estos factores han tomado el color verde en su mayoría ya que son causas importantes o establecen las relaciones primordiales para que se generen nuevos códigos y poder entender así que es lo que está limitando a las empresas.

Se encuentran, así, los siguientes limitantes:

En primer lugar la falta de experiencia o de estudios en la rama del rubro de las empresas, así como aquellas que abrieron para poder mantener a sus familias son parte importante del limitado manejo gerencial de la mayoría de MIPYMES que muchas veces se manejan del día a día pero sin una proyección a futuro, por lo mismo no se encuentra con un plan

estratégico o una visión futurista de a donde se pretende llevar a la empresa, lo cual entorpece el manejo de la misma.

Este mal manejo de las empresas con falta de visión también es causante hasta en cierto grado de la mala eficiencia de los trabajadores al no llevarse un control y gestión óptimos de su desempeño, sin embargo esta mala eficiencia también se debe al mal reclutamiento del recurso humano de las empresas, ya que los dueños en su afán de continuar con el crecimiento del emprendimiento no realizan una buena selección del personal y por tanto estos muestran una mala actitud luego, aspecto que han señalado varios de los entrevistados que realizan por ellos mismos la producción y no la tercerizan. Es por ello que estos mismos empresarios hayan señalado dentro de sus carencias y limitantes al personal.

La tercera limitante que se halló para estas empresas es el aspecto del financiamiento, ya que aunque existan empresas que han acudido a la banca o al sistema financiero, todas han mencionado el altísimo costo del crédito para las micro y pequeñas empresas sobretodo, así como el gran número de garantías que se les exigen, siendo en general un perjuicio para su desarrollo ya que las mismas requieren inversión para poder ampliar o mejorar su producto, y otras necesitan de capital de trabajo para poder funcionar ya que la rotación del negocio es bastante lenta, generándose entonces la carencia que ellos plantean como de financiamiento.

Los siguientes factores encontrados se encuentran más relacionados al aspecto de porque se ha dejado de exportar:

Dentro de los factores internos se encuentra la desmotivación que es generada por las ineficiencias del gobierno y de sus instituciones, empezando por la SUNAT en lo que respecta a la devolución del crédito fiscal y a los beneficios del drawback, como se mencionó en el código respectivo anteriormente, sumado a esto se encuentra el hecho de las altas burocracias y trabas dentro de estas instituciones y también en entidades como las concesionarias del puerto del Callao, que a través de malas gestiones generan incrementos en el precio de los productos e incomodidades para los empresarios exportadores que ven en tales dificultades impedimentos para la exportación, y puede llevarlos a desertar de vender al exterior.

El siguiente factor se ve más relacionado al sector textil y de piel y cueros, que han encontrado una competencia muy fuerte por parte de los productos provenientes de la China e India que también tienen componentes de alpaca, y otros de algodones peruanos como el pima. En general la existencia de prendas de alpaca de menores precios en el mercado internacional se debe a la venta de la materia prima directamente a estos países, que al contar con una mano de obra más barata pueden llegar a esos precios afectando a las MIPYMES que venden a ciertos países en el mercado externo pero también en el mercado peruano. Sumado a esto se encuentra el incremento del precio de la materia prima para estas empresas textiles, aspecto que disminuye su competitividad y/o rentabilidad en el mercado internacional.

Finalmente dentro de los aspectos externos que afectan a las MIPYMES en las ventas al exterior, se encuentra el cambio en la demanda por parte de los países importadores, que en el periodo posterior a la crisis financiera han visto un cambio en sus preferencias de

consumo, sobre todo para bienes suntuarios como las prendas de alpaca, alfombras de pieles y cueros, accesorios etc., y lo han transmitido a productos más baratos que pueden ser ofrecidos por países que producen en masa como la China, afectando entonces a la rentabilidad de esos mercados para las empresas peruanas.

6.4. Análisis de los Resultados

En el acápite anterior se dio origen a la hipótesis que podría explicar los factores que están limitando a las MIPYMES del sector exportador, a través del análisis cualitativo hecho en conjunto con el software de escritorio Atlas.ti, se dividieron a estos factores dentro de *internos* y *externos*. Sin embargo, siguiendo el marco teórico presentado es necesario agrupar dichos factores dentro de aquellos señalados por Okpara y Winn, que forman parte de la base teórica básica de este estudio.

6.4.1. Factores Administrativos

Dentro de los factores administrativos que están limitando el desarrollo de las MIPYMES se encuentran como unos de los más importantes el manejo de los recursos humano y la administración misma del negocio y la capacitación.

Por capacitación debe entenderse todo aquello relacionado a como se dio la apertura del negocio, que para ciertos casos fue sin conocimiento previo del tipo de negocio y sin estudios relacionados al mismo. Dicho aspecto cumple un rol importante al ser de por sí una limitante por lo menos para los primeros años de la empresa, ya que se tiene que descender por una curva de aprendizaje bastante larga para poder afrontar el negocio y a la competencia, además que esa falta de conocimiento y capacitación previa lleva a que se

dé un mal manejo interno de la empresa en bastantes casos. Esta falta de capacidades técnicas lleva a los empresarios a no fijar correctamente los objetivos, no prever las capacidades que posee la empresa, desconocer parte de las realidades del entorno.

Además se encuentra en los factores administrativos a la gestión del recurso humano de la empresa, dicho aspecto genera una limitante para todas aquellas empresas que generan por sí mismas la producción, encontrándose en primer lugar un mal reclutamiento del personal de la empresa, ya que en miras de generar producción y mantener el negocio no se llevan buenas políticas de selección de personal. Dicho personal puede contar con carencia de experiencia, aptitudes, actitudes o carencias de orden moral que pueden acarrear pérdidas por defraudaciones, de clientes, incremento de los costos por improductividades además que puede generar problemas con el resto del personal o dirección por disciplina.

6.4.2. Factores Operativos

Dentro de estos, se encuentran como los factores más resaltantes que limitan el desarrollo de las MIPYMES los aspectos relacionados al mercadeo, el control de las operaciones y de inventarios.

El primero de los factores se encuentra relacionado con el posicionamiento de estas empresas exportadoras en el exterior, ya que la mayoría empezó a exportar a través de intermediarios que por el momento demandaron sus productos pero que no fue así más. Las MIPYMES exportadoras encuentran muy difícil dar con un mercado, ya que no tienen la experiencia de la negociación y además muy pocos recursos para acceder a ferias, desfiles,

expo ventas, etc. al exterior, lo mismo que limita su participación, pero además porque ellas mismas desconocen del tema debido a factores de experiencia y capacitación. Por sus limitados recursos no cuentan con un equipo que maneje el mercadeo de sus productos, si bien algunas cuentan con páginas web y/o en redes sociales como Facebook.

Los aspectos del manejo de operaciones y de inventarios se encuentran más relacionados a cómo es que controlan estas empresas la producción, la mayoría (por no decir todas) llevan un manejo empírico de su producción, con algunas plantillas de Excel, y otras sin siquiera eso, aspecto que aparentemente es crítico para el desarrollo de estas empresas. Lo mismo sucede con el manejo de inventarios, que apenas se realiza o se cuenta, pero del cual no se lleva un control estricto. Casi ninguna de las empresas entrevistadas tiene algún tipo de software que permita controlar su producción.

6.4.3. Factores Estratégicos

Parece ser que estos son unos de los factores que más están limitando a las MIPYMES exportadoras, se encuentran dentro de los más resaltantes la carencia de financiamiento y la falta de planificación y visión a largo plazo de los emprendimientos.

Dentro de la carencia de financiamiento, la mayoría de empresas mencionaron que necesitan del mismo para poder invertir dentro de la empresa o para permitir que el negocio continúe a través de capital de trabajo, ya que la rotación del dinero en el mundo de la exportación puede llegar a ser muy lento.

Las empresas mencionaron que las tasas de interés que el sistema financiero intenta cobrarles son excesivamente caras y no les permitiría generar la adecuada rentabilidad,

además se encuentra el hecho que no se les de facilidades sobre todo para el sector textil, para el cual se piden muchas veces garantías reales, y que es visto como un sector muy inseguro y al cual no se ayuda.

Sin embargo, se encuentra también la carencia de planificación, las MIPYMES no llevan un manejo estratégico de sus negocios y no tiene objetivos claros y documentados de a dónde quieren llegar con los mismos. La mayoría se centra en la rápida obtención de utilidades en el corto plazo y olvidan que es lo que esperan en el largo plazo. Del total de entrevistados, sólo uno realizo un plan estratégico, los demás administran sus negocios sin visión, misión ni objetivos.

Es esta misma falta de planificación la que conlleva varios de los factores que limitan a las MIPYMES, pero principalmente al mal manejo interno que se lleva dentro de estas empresas.

6.4.4. Factores Externos

Dentro de estos factores es necesario hacer una división entre aquellos más cercanos al Gobierno y aquellos más cercanos a aspectos internacionales.

Los factores cercanos al Gobierno tienen que ver con las ineficiencias que el mismo tiene en distintos aspectos. Uno de los más señalados por los entrevistados fue la falta de compromiso y la no voluntad de la SUNAT para devolver el crédito fiscal del que son beneficiarias las empresas exportadoras, que, redundando, venden al exterior y que por ley tienen derecho a la devolución del IGV de todos aquellos insumos peruanos que utilizaron para el producto vendido. Lo mismo sucede con otros beneficios como el drawback, del que

también se quejan los empresarios. Cabe resaltar que la mayoría de ellos señala haber presentado correctamente sus papeles e informes.

Además dentro del facto de Gobierno, se encuentra la burocracia y la baja institucionalidad que afectan los trámites que tienen que realizar los empresarios, así como en los puntos necesarios en el camino de exportación, del cual presentan muchas quejas que retrasan a sus envíos y que los hacen más caros. Dentro de tal punto también señalan la baja infraestructura del país que termina encareciendo aún más al producto.

Un aspecto importante y que involucra mucho más a las empresas del rubro textil y de piel y cueros (que representa a gran parte de las empresas de la región Arequipa), es el oligopolio de materias primas que existe por parte de las grandes empresas que las controlan y que han aumentado el precio de estos insumos en el último par de años, aspecto que dificulta y limita a las MIPYMES. Además se encuentra la queja de que existen salidas de insumos y materia prima a países que tiene una curva de costos mucho más baja como la China e India, y que terminan produciendo y vendiendo prendas más baratas a un precio que los empresarios peruanos no pueden permitirse.

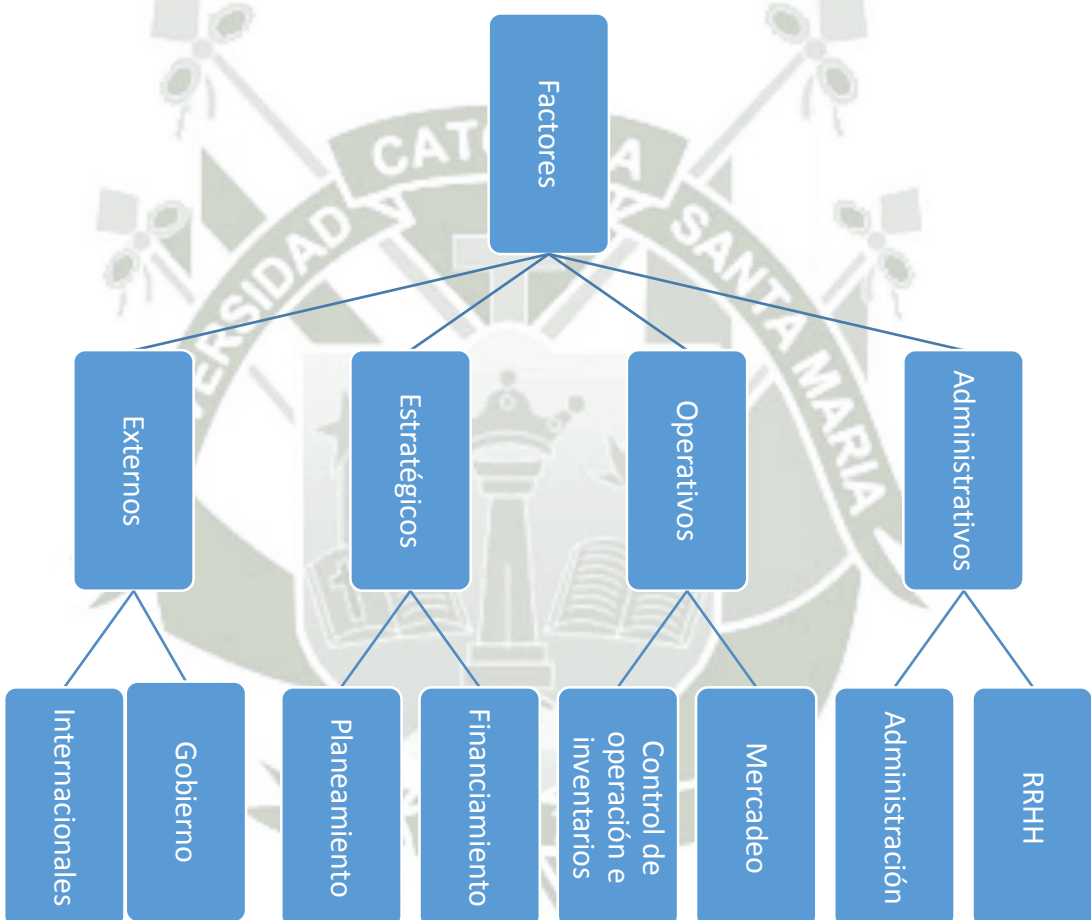
Dentro de los aspectos internacionales, habría que señalar el ingreso de los productos chinos e hindúes que afectan a los mercados a los que algunas empresas apuntan vender, pero sobre todo se encuentra el cambio en la demanda de estos mercados que debido a la gran recesión de hace algunos años han cambiado sus hábitos de consumo por productos menos caros y no tan suntuarios, hecho que ha llegado afectar a las MIPYMES de la región.

Factores	Frecuencias		Total	Total	
Baja Productividad y Gestión del RRHH	Quejas-Baja Productividad 0.75	Sin Quejas 0.25	1	100%	
Uso de Herramientas de Gestión(HG)	Ausencia de HG 0.6154	Uso de HG 0.3846	1	100%	
Experiencia Previa	Continuidad Familiar 0.3077	Experiencia Laboral 0.3846	Sin Experiencia Alguna 0.3077	1	100%
Realización del Mercadeo	Se realiza 0.2308	No se realiza 0.7692	1	100%	
Utilización de Financiamiento Ajeno	Se uso 0.6923	Sólo recursos propios 0.2308	1	100%	
Continuidad en el uso de Préstamos	Continuo 0.3333	Uso una única vez 0.6667	1	100%	
Costo del Financiamiento	Se considera caro 0.8462	Sin Quejas 0.1538	1	100%	
Conocimiento sobre Planeamiento Estratégico	Conocimiento 0.3077	No lo conocen 0.6923	1	100%	
Uso de herramientas de Planeamiento Estratégico	Uso 0.50	No las usan 0.50	1	100%	
Relación Empresas-SUNAT	Quejas 0.6154	Sin Quejas 0.3846	1	100%	

Existencia de Alta Burocracia y Baja Institucionalidad	Consideran que las afecta 0.5385	No tienen problemas con 0.4615	1	100%
Problemas frente a Grandes Empresas Textileras	Consideran que genera problemas 0.80	No tienen problemas 0.20	1	100%

Tabla 379: Cuadro de frecuencias de entrevistados y sus factores. Fuente: SUNAT-PromPerú.





Cuadro 62: Factores que afectan a las MIPYMES exportadoras. Fuente: Propia. Elaboración: Propia

Capítulo VII: Perfil Estratégico

En el siguiente capítulo se procederá a dar un breve perfil de propuesta de solución para los factores encontrados en el análisis cualitativo del capítulo VI, especialmente para aquellos que se clasificaron dentro de *Internos*, los mismos que pueden tratarse con mejores resultados que los factores *Externos* que están afectando a las MIPYMES exportadoras.

La propuesta de solución se basa en crear un consultorio empresarial para las MIPYMES que brinden servicios a tarifas menores que las del mercado, al tener estas empresas en la mayoría de casos pocos recursos para poder permitirse ser asesorados por consultoras de nombre. La idea de este consultorio empresarial es que se encuentre dentro de la Universidad Católica de Santa María, adjudicado a alguna facultad o escuelas en general, que podría ser la de Ingeniería Industrial.

7.1. Idea General

La idea básica es constituir un consultorio empresarial que asesore sobre todo a las micro y pequeñas empresas en la ciudad de Arequipa con el objetivo de mejorar la gestión de las mismas, su toma de decisiones y la capacidad empresarial de los empresarios. La idea es que los consultores y alumnos de la universidad que se encuentren dentro de la consultoría, recojan las dificultades de las empresas y puedan realizar diagnósticos y también recomendaciones con el fin que los empresarios interesados tomen las medidas correctivas pertinentes para asegurar la buena gestión y sostenibilidad de sus empresas. Además y

como anexo se podrían desarrollar capacitaciones en temas empresariales como organización de empresas, aspectos formales, administración, contabilidad, planes de negocio, costos y presupuestos, tributación, flujos de caja, evaluación económica, producción, mercadeo, entre otros.

7.2. Justificación

Esta propuesta de solución se basa en los resultados obtenidos en la presente investigación, que como se vio en el capítulo VI, se encuentran divididos en factores tanto internos como externos. Los factores externos tienen que ver mucho con la participación del estado, a través de cómo pueda regular mercados claramente imperfectos como el del rubro textil, donde existe la presencia de duopolios proveedores de la materia prima, pero también hablando de política estratégica como el permitir la venta de materia prima a países como la China o la India, que pueden lograr producir a costos mucho más baratos y que terminan perjudicando a las MIPYMES.

Sin embargo, los factores internos identificados también juegan un papel muy importante para permitir el crecimiento de estas empresas y su consolidación en el mercado, es por ello que se ve necesario crear un consultorio empresarial dentro de la universidad, el mismo que sea asequible a los recursos de los que disponen estas empresas, ya que como se vio la mayoría de ellas, si bien cuentan con empresarios dueños que tienen estudios superiores, los mismos no son en rubros que se acercan al manejo de sus empresas.

La creación de un consultorio empresarial podría atender una demanda insatisfecha, que si bien, de determinada manera, no ha sido identificada por el mismo público objetivo, podría

servirles de mucha ayuda para poder consolidar o mejorar el manejo de sus empresas, en factores clave como: La no existencia de herramientas de gestión, una mínima experiencia en el manejo empresarial, falta de planeamiento y estrategia dentro de la empresa, mala selección y reclutamiento de personal y también para el manejo financiero o un acercamiento al mismo.

Sin embargo, y si bien el objetivo primo de este consultorio es atender a las MIPYMES, otra razón importante para implementarlo es el beneficio que genera a la universidad y sus escuelas profesionales, no sólo por una imagen que puede ser mejorada, pero además porque brindaría una herramienta que podría posicionar a sus alumnos dentro de lo mejor de la región, al tener un acercamiento directo y controlado con empresas y permitirles dentro de lo mismo aprender y poner en práctica la teoría llevada en clase. .

Es así que se podría generar un negocio “gana-gana” para ambas partes, pero que permita a la vez generar beneficios para la sociedad, que desde el punto de vista macro, sería el más importante.

El fortalecimiento de estas empresas permitirá que se articulen adecuadamente en el mercado para lograr una empresa sostenible y rentable, que permita generar una empresa sostenible y rentable y cuyo fin sea mejorar el ingreso de los integrantes y poder conformar polos de desarrollo en la ciudad como en la región.

7.3. Población Destinataria

Si bien la presente investigación se ha centrado en el sector de MIPYMES exportadoras, la población beneficiaria del consultorio empresarial podría ser cualquier sector de dichas

empresas, empero por el inicio del proyecto el mismo se centraría en las MIPYMES de la ciudad de Arequipa, las mismas que aproximadamente hacia el 2014 llegan a ser 42 000. El objetivo sería lograr que el 5% de estas empresas participe del proyecto, lográndose beneficiar directamente a unas 2 000 MIPYMES en un mediano plazo.

Es así que se tiene:

Beneficiarios Directos:

- 2000 empresas

Beneficiarios Indirectos

- 2000 familias
- 10 000 empleados de las empresas (suponiendo 5 trabajadores por empresa)

7.4. Planteamiento y Objetivos

El planteamiento de este proyecto consiste en la creación de un consultorio empresarial dirigido a la población señalada en el acápite anterior cuyo fin supremo sea lograr el crecimiento de las MIPYMES en la región, iniciándose en la ciudad de Arequipa. Como se vio en la descripción del problema de esta investigación, el 60% de las nuevas MIPYMES creadas desaparece en los primeros dos años de vida. Y, como fue encontrado en el anterior capítulo, gran parte de esa deserción de las empresas se debe a factores netamente internos de su manejo (aunque también existen factores externos sobre todo para las MIPYMES exportadoras). Es así que se ve la necesidad de que el área académica entre en acción para ayudar a estas empresas ya que el mismo mundo empresarial dedicado a

brindar consultorías se encuentra la mayor parte de las veces fuera del alcance de las micro y pequeñas empresas.

La universidad puede suplir esta demanda ofreciendo un servicio a tarifas mucho más básicas, pero que a la vez permita establecer una buena relación del mundo empresarial con la institución.

Para lograr dicho fin se podría utilizar los recursos de las siguientes escuelas inicialmente:

- ▶ Escuela Profesional de Administración de Empresas
- ▶ Escuela Profesional de Ingeniería Comercial
- ▶ Escuela Profesional de Ingeniería Industrial

La idea consiste en que se busque la participación de los alumnos dentro de la consultora, a través de plazas a las que puedan participar para ingresar, seleccionando así a los mejores alumnos, que pueden unirse desde su segundo o tercer año de estudio. Además se debe contar con la participación de profesores de las distintas ramas que sirvan como asesores directos y tengan consigo un equipo de desarrollo de alumnos. Los ingresos generados por parte de la empresa consultora serían distribuidos a la universidad y profesores. En el caso de los alumnos podría manejarse un descuento en sus pensiones a la institución.

Como se ve, gran parte de la consultora estaría manejada por alumnos al ser estos el recurso básico para su desarrollo. Se tomó como ejemplo el *“Stanford Consulting Students Group”* de la *Universidad de Stanford*, que es una organización sin fines de lucro, totalmente dirigida por alumnos que buscan generar la siguiente generación de consultores dando la oportunidad a los estudiantes de resolver problemas del mundo real para sus empresas cliente.

7.4.1. Ingreso y Manejo

El ingreso de los alumnos a la empresa consultora se podría llevar a cabo en otoño de cada año con el inicio del nuevo año universitario, si bien se describió hojas más arriba que sería a partir de estudiantes de tercer semestre, se podría considerar el ingreso a los de primer año siempre que se muestre tener las capacidades necesarias.

La consultora misma debe buscar el ingreso de alumnos de todas las clases y programas, desde ingenierías hasta sociales o salud.

El tiempo que los consultores deban comprometer al proyecto debería ser de 10 a 15 horas por semana.

7.4.2. Servicios

La empresa consultora puede ofrecer un amplio rango de servicios estratégicos a las compañías y a través del proceso de selección de los estudiantes consultores que poseen diversas habilidades y capacidades que podrán añadir valor a las empresas cliente.

La idea de este proyecto es que se aplique de una manera rigurosa, con una buena estrategia que sintetice la data, pero permita también discusión y experiencia entre los participantes de cada consultoría, permitiéndose así llegar a maneras únicas y creativas de llegar a soluciones para los clientes.

Aunque no se limite a las siguientes áreas, se ve por necesario a través de los factores hallados en el capítulo anterior, de concentrar, inicialmente, los servicios en las siguientes áreas:

ÁREA	DESCRIPCIÓN
Estrategia de Ventas y Marketing	Esta sección se enfocaría en el manejo del producto de la empresa, para la segmentación del mercado y consumidor. Además de la forma de promoción del mismo.
Estrategia Organizacional	El trabajo en esta área consistiría en manejar la estructura organizacional, la administración de su cambio, así como en el manejo de reclutamiento de personal y su correcta administración. Además se podrían dar análisis de reingeniería.
Estrategia de Unidad de Negocio	Este trabajo estaría enfocado más hacia una serie de diferentes áreas que pueden incluir estrategia del consumidor, estrategia y manejo de la competencia, manejo de costos y operaciones.

Tabla 40: Servicios básicos en empresa de consultoría. Fuente: Propia. Elaboración: Propia.

Manejar una idea como tal, pero siempre bajo el mando de profesores asesores para este caso sería una buena oportunidad para que los estudiantes mejoren sus competencias y habilidades antes de ingresar al mundo laboral, además que representa “*utilizar*” un recurso abundante y que por lo mismo no representa un costo.

Los objetivos que constituirían a dicho consultorio empresarial serían:

Objetivo general:

- Reducir los niveles de fracaso de las MIPYMES de la ciudad de Arequipa.

Objetivos específicos del proyecto:

- Minimizar los factores internos que estén afectando a las MIPYMES a través de una correcta y asertiva consultoría.
- Brindar asistencia técnica a cada empresa que lo solicite en temas puntuales de gestión y planeamiento empresarial y levantar recomendaciones y realizar un seguimiento de cumplimiento de las mismas.
- Capacitar en temas de gestión y planeamiento empresarial acordes al diagnóstico y levantamiento de Línea de Base Técnica al total de empresas beneficiarios del proyecto.
- Llevar a los alumnos a un acercamiento más real sobre la casuística de las empresas y que desarrollen capacidades en la asistencia a las mismas.

- Generar una mejor relación universidad y mundo empresarial, a través de una red de contactos, que mejore la imagen de la institución así como afiancen la credibilidad del potencial de sus escuelas profesionales.

7.5. Condiciones Críticas

Dentro de los posibles riesgos para lograr tener una buena operación del consultorio empresarial, se encuentran los siguientes:

- **Riesgo 1.** Los beneficiarios del proyecto se retiran al no ver un cambio rápido en su economía.
- **Riesgo 2.** Los beneficiarios no se muestran interesados en el proyecto debido a una falta de credibilidad y confianza en la institución.
- **Riesgo 3.** Falta de interés y compromiso de la institución para con el consultorio empresarial que podría llevar a su desaparición.
- **Riesgo 3.** Falta de compromiso de los beneficiarios y no se logran los objetivos del proyecto comprometiendo la meta de sostenibilidad de las empresas.
- **Riesgo 4.** Existe el riesgo que el mercado no responda con rapidez a ideas interesantes o negocios que se constituyan.

Conclusiones

PRIMERA. A través de la siguiente investigación se logró confirmar la hipótesis planteada que involucra como factores limitantes de las empresas al costo del crédito del sistema financiero, la falta de planificación de las empresas y la inexperiencia de los empresarios en el manejo administrativo.

SEGUNDA. Los factores que limitan a las MIPYMES en la región de Arequipa, se encuentran como señalan Okpara y Wynn dentro de los rangos de administrativos, operativos, estratégicos y externos.

TERCERA. Los principales factores administrativos que limitan a las MIPYMES son la falta de herramientas de gestión como inexperiencia en el manejo administrativo y la mala llevada política de selección y reclutamiento de personal en las empresas, que terminan generando costos improductivos e ineficiencias.

CUARTA. Los principales factores operativos que limitan a las MIPYMES son la falta de conocimiento del mercadeo así como herramientas de control de la producción, logística e inventarios muy básicos y empíricos.

QUINTA. Los principales factores estratégicos que limitan a las MIPYMES involucran la falta de planeamiento y visión a largo plazo de sus empresas, así como la no generación de estrategias. Y, además se encuentra el costo del crédito en la región que es muy elevado y no permisible, a menos que se den garantías reales, para estas empresas.

SEXTA. Los principales factores externos para las MIPYMES exportadoras, son las diferentes ineficiencias del gobierno e instituciones como la SUNAT que retrasan procesos de beneficios a las MIPYMES. Asimismo, se encuentran también los cambios en el comportamiento de los consumidores externos que representan una disminución de la demanda del exterior.



Recomendaciones

PRIMERA. Se recomienda ampliar el presente estudio para empresas exportadoras arequipeñas que registren salidas por oficinas de Aduanas de otras regiones, así como también ampliar el presente estudio para MIPYMES de otros sectores que no tengan que ver necesariamente con la exportación, a manera de tener una mayor perspectiva de la casuística de las MIPYMES.

SEGUNDA. Se recomienda incentivos del Gobierno a través de PromPerú manejar políticas más prácticas de ayuda a las potenciales empresas exportadoras, a través de ayuda en financiamiento, subsidios u otros para que las MIPYMES puedan asistir a ferias internacionales, showrooms, exposiciones tanto dentro como fuera del país. Lo mismo podría ser a través de una selección de las empresas a las que se les vea mayor potencial y capacidad de exportación.

TERCERA. En el caso del sector textil, se recomienda al Gobierno manejar políticas que permitan el aumento de la producción de fibras, sobre todo de la alpaca, que le permitan llegar a un 20 o 30% de pelos finos en el mundo, aspecto que también permitiría estabilizar el precio de la fibra. Asimismo para este sector, y visto el potencial de cluster alpaquero que existe en la región, se deben manejar políticas e incentivos que permitan dar mayor valor agregado a la fibra, como crear escuelas y cursos de diseño para las MIPYMES.

CUARTA. A la universidad, se recomienda evaluar la propuesta de solución, en búsqueda de fomentar una mejor relación con el mundo empresarial así como brindar apoyo a las MIPYMES a través de una asesoría menos costosa que la de empresas privadas; pero que a la vez permitiría mejorar el nivel de alumnos egresados, y en búsqueda, finalmente, del beneficio para la sociedad.

QUINTA. Se recomienda promover dentro de los empresarios el acceso a tecnología adecuada para la gestión de sus negocios. Además, mejorar la institucionalidad del país que genera efectos negativos para las empresas y la búsqueda de fondos de apoyo para el financiamiento de las MIPYMES que lo requieran.



Referencias Bibliográficas

Avolio, B., Mesones, A. y Roca, E. (2011). Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES). *Estrategia*, 70-80.

Ansoff, I. (1976). *The New Corporate Strategy*. Hoboken, Nueva Jersey: Wiley.

Bengt, H. y Söderström, H. (1999). The Firm as a Subeconomy. *Journal of Law, Economics and Organization*, 15(1), 74-102.

Butrón, F. (2006). *Análisis de Riesgo en Negocios de las Micro y Pequeñas Empresas que requieren servicios de la Banca Comercial Arequipa*. Arequipa: UCSM.

Covin, J., & Slevin, D. (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-25.

Etumeahu, H., Okekeke, C. y Kingsley, U. (2009). *Small Business Problems in Nigeria: A comparison with Sweden*. Blekinge: Blekinge Institute of Technology.

Franklin, Benjamín. (2007). *Auditoría Administrativa, Gestión Estratégica del Cambio*. Ciudad de México: Prentice Hall.

Harris, M., & Gibson, S. (2006). *Determining the Common Problems of Early Growth of Small Businesses in Eastern North Carolina*. *SAM Advanced Management Journal*, 71(2), 39-45.

Larraín, F. y Sachs, J. (2013). *Macroeconomía en la Economía Global*. Santiago de Chile: Pearson.

Lem, T. (2001). *Pequeña y Microempresa: Consideraciones Necesarias para su calificación como Sujeto de Crédito en el Sistema Financiero*. Arequipa: UCSM.

Lephoi, B. (2006). *An Exploration of Factors that Lead to Failure of Small Businesses in the Kagiso Township*. Pretoria, Sudáfrica: University of South Africa.

Marshall, C. & Rossman, G.B. 1999. *Designing Qualitative Research*. California: Sage Publications.

Meza, M. (2007). *Influencia del Sistema Tributario Peruano en el desarrollo de las Micro y Pequeñas empresas comerciales en la Provincia de Cusco*. Arequipa: UCSM.

Ministerio de la Producción (2013). *Las mipymes en cifras 2013*. Lima, Perú: Dirección General de Estudios Económicos, Evaluación y Competitividad Territorial.

Perren, L. (1999). *Factors in the growth of micro-enterprises (Part 2): Exploring the implications*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Brighton, Reino Unido: Brighton Business School.

Serida, J., Borda, A., Nakamatsu, K., Morales, O., & Yamakawa, P. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2004-2005*. Lima, Perú: ESAN.

Ude, O.k. (1999). *Small Business Planning and Finance*. Owerri, Apex ltd.

Viacaya, F. (2009). *FMYPES: Dificultades para su acceso formal al mercado y una alternativa para su fortalecimiento*. Arequipa: UCSM.

Wynn, P. y Okpara, J. (2007). Determinants of Small Business Growth Constraints in a SubSaharan African Economy. *SAM Advanced Management Journal*, 72(2), 24-32.

Yin, R. K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods*. *Applied Social Research Methods Series*. Thousand Oaks, EE.UU: SAGE Publications.

Anexos

Desarrollo de Instrumentos: Preguntas de la Encuesta a MIPYMES del Sector Exportador

Encuesta Demográfica

- Edad
- Nivel Educativo
- Profesión
- Giro de la Empresa
- Número de Empleados
- Cargo
- Años de Funcionamiento de la Empresa
- Capital

Introducción

- ¿Cómo fue que decidió empezar con este negocio? Con respecto a los permisos y trámites para formalizarlo ¿Considera que fue un proceso lento y burocrático, o más bien rápido?
- ¿Cómo obtuvo estas instalaciones para empezar su negocio?

Experiencia Anterior y Capacitación

- ¿Usted tuvo alguna experiencia anterior en el manejo de este tipo de negocios? Si no, ¿Cree que esta ha sido una limitante para el desarrollo de su empresa?
- ¿Su personal tiene alguna capacitación formal en el desarrollo de negocios o en el cargo que ocupan? ¿Cómo es que los describiría?

Dificultades en Desarrollo de MIPYME

- ¿Se logró conseguir algún financiamiento para empezar con la empresa o fue un aporte propio o de familia?
- ¿Usted afrontó alguna dificultad en el momento de solicitar créditos de instituciones financieras tales como bancos o cajas?
- ¿Considera que los préstamos a las MYPES/ empresas son a tasas de interés muy altas?
- Con respecto al manejo administrativo y de operaciones, ¿Cómo son los métodos que utiliza, los considera adecuados? **Llevar control de inventarios, manejo logístico, manejo contable, administración financiera etc.*
- ¿Con respecto a los aspectos de mercadeo, establecimiento de precios, considera que la competencia los obliga a desarrollar estrategias para permanecer en el mercado? O ¿Cómo afrontan ustedes a la competencia?
- ¿Cómo se ve en el futuro con la empresa? **Existe un plan estratégico*
¿Qué le hace falta para crecer a la empresa?

Exportación

- ¿Por qué se dejó de exportar en los años “...”?
- ¿Desde que inició este negocio tuvo la idea de la exportación? ¿Piensa que regresará al mercado externo en el futuro?
- ¿Qué experiencia le aportó la exportación?
- ¿Cuáles son los problemas que Usted identifica para la exportación?

Externos

- ¿Considera que la informalidad y la corrupción afecta al desempeño de sus empresa?
- ¿Usted trabaja con equipos/tecnología adecuada y moderna en su producción?
- ¿El gobierno tiene políticas/ medidas que ayuden al crecimiento de su empresa o de las MIPYMES en estos aspectos: a) Finanzas b) Administración c) Infraestructura d) Competencia e) Regulaciones, políticas u otros?
- En su opinión ¿Usted cree que exista alguna manera en el que gobierno sea de ayuda en la creación y el desarrollo de un ambiente favorable para el desarrollo y crecimiento de las MIPYMES en general?

Herramientas: Imágenes del uso del software Atlas.ti versión 7.0

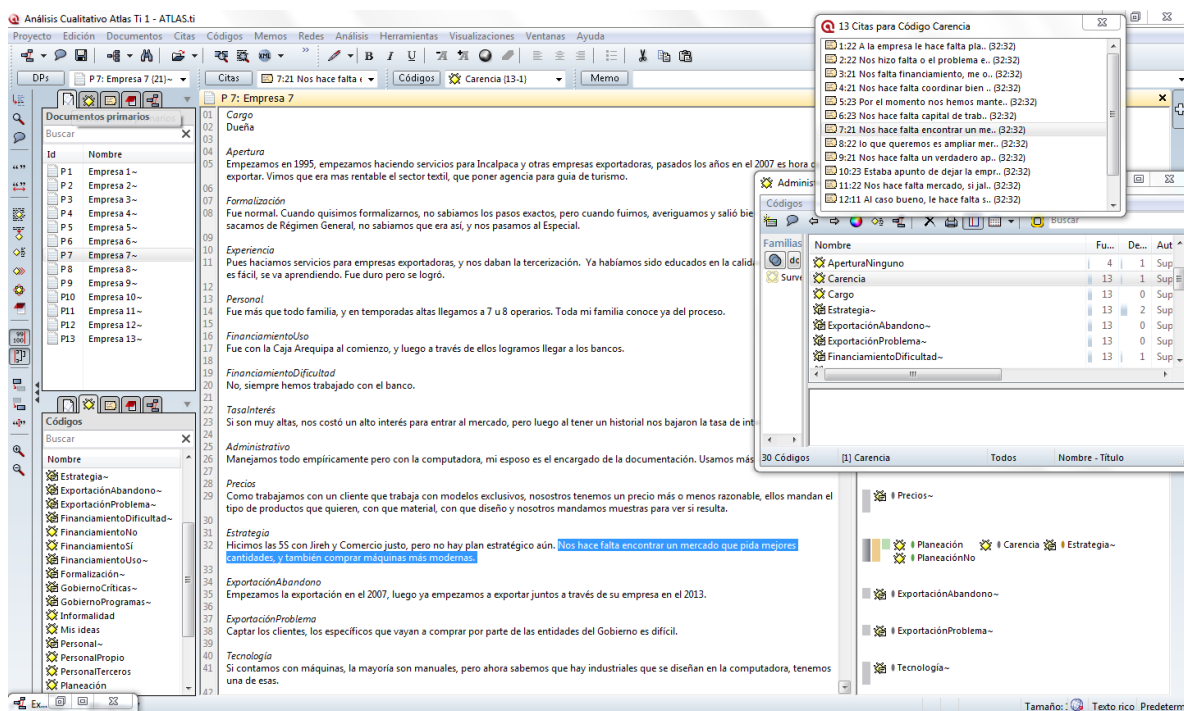


Imagen 11: Uso Atlas.ti 1. Fuente: Propia. Elaboración Propia

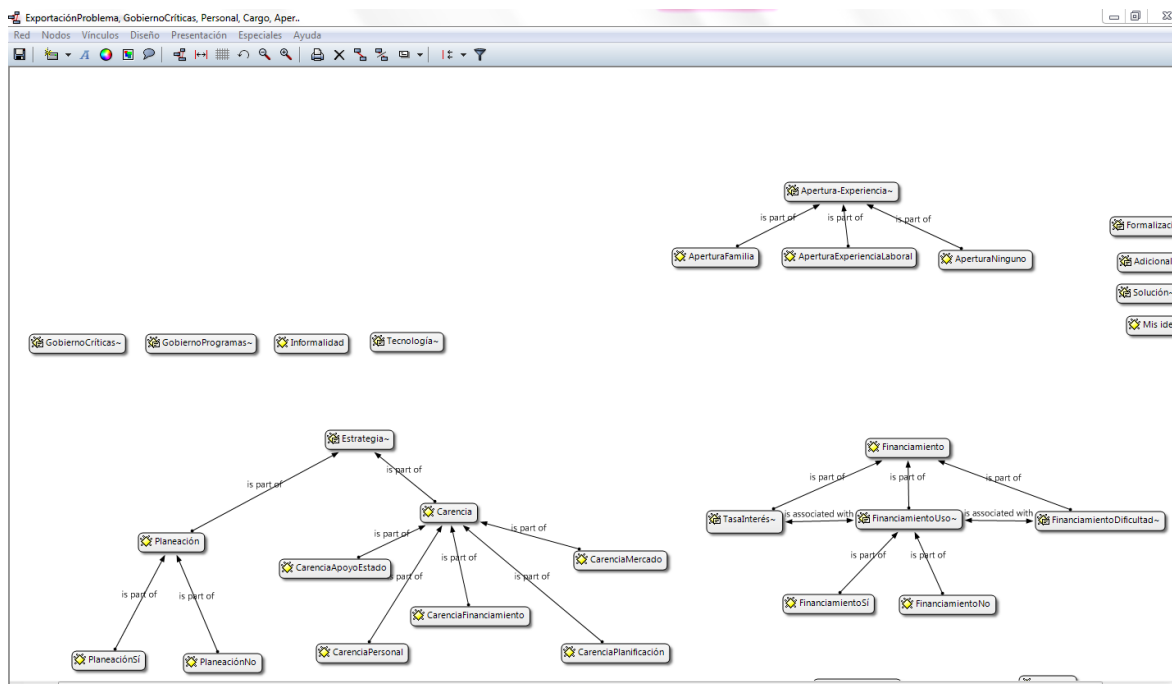


Imagen 12: Mapa de redes Atlas.ti. Fuente: Propia. Elaboración Propia

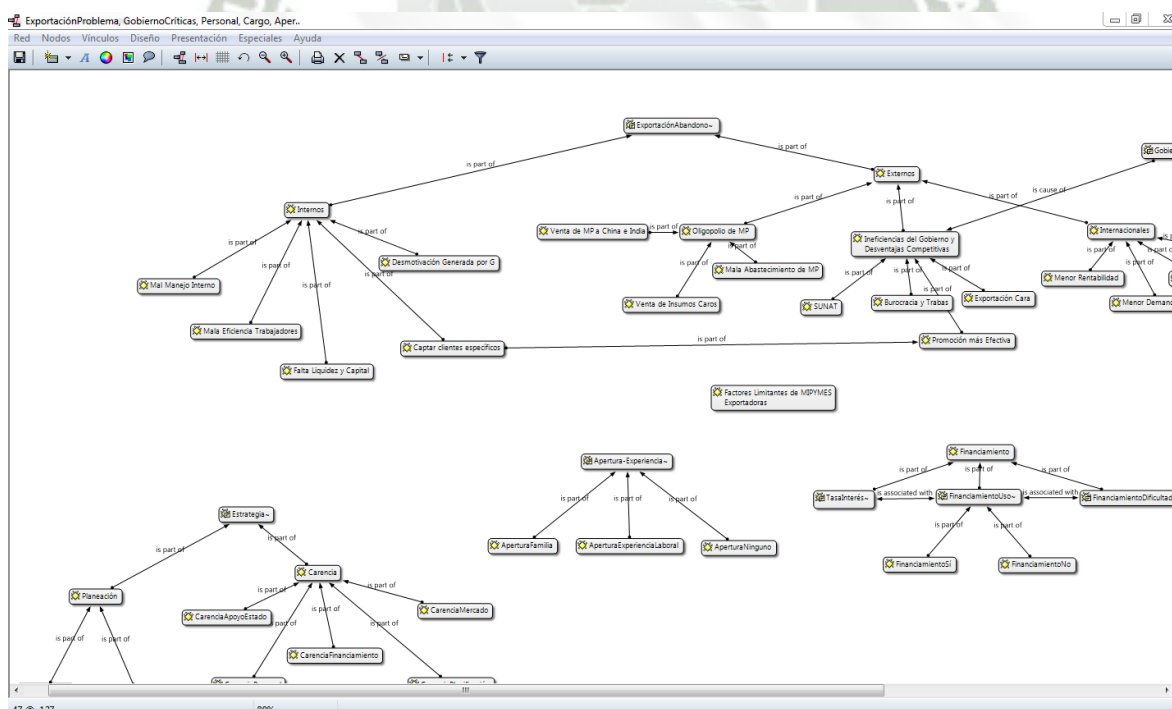


Imagen 13: Mapa de redes Atlas.ti. Fuente: Propia. Elaboración Propia

